



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA LA
MANCOMUNIDAD CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL
MIRADOR DE LOS VOLCANES, PROVINCIA DE CHIMBORAZO

TRABAJO DE TITULACIÓN

PRESENTADO COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER
TÍTULO DE INGENIERO EN ECOTURISMO

PAÚL RENATO GUALPA GUALPA

RIOBAMBA- ECUADOR

2016

©2016, Paúl Renato Gualpa Gualpa

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor

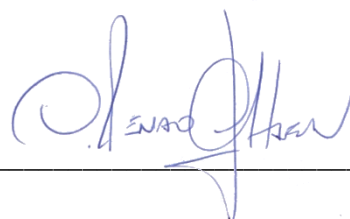
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES****ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de investigación: **DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA LA MANCOMUNIDAD CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, de responsabilidad del señor Paúl Renato Gualpa Gualpa, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

ING. CARLOS BENJAMÍN RICAURTE YÉPEZ
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



ING. CARLOS RENATO CHÁVEZ VELÁSQUEZ
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Paúl Renato Gualpa Gualpa, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes y el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, agosto del 2016

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Paúl Renato Gualpa Gualpa', is written over a horizontal line.

Paúl Renato Gualpa Gualpa

Cédula de ciudadanía: 030220091-0

Yo, Paúl Renato Gualpa Gualpa soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en este trabajo y el patrimonio intelectual del Trabajo de Titulación de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.



Paúl Renato Gualpa Gualpa

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado:

A mi mamá Jesus Guallpa

A mi esposa Patricia Yantalema

A mi pequeña Renata Guallpa

Por su tiempo y amor incondicional, tesoros invaluables.

AGRADECIMIENTO

A todos los seres bondadosos, familiares, amigos y maestros, porque en ellos se ve reflejada la presencia del creador, seres que de una u otra forma supieron fortalecer el conocimiento y guiar mi caminar.

TABLA DE CONTENIDO

I. DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”, PROVINCIA DE CHIMBORAZO	1
II. INTRODUCCIÓN	1
A. JUSTIFICACIÓN	2
B. OBJETIVOS	4
1. Objetivo General	4
2. Objetivos Específicos	4
C. HIPÓTESIS	4
III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	6
A. EVALUAR EL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”	6
1. Mancomunidad.....	6
2. Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes”	6
3. Turismo	6
4. Tipologías de turismo.....	6
5. Diagnóstico situacional	8
6. Objetivo de un diagnóstico situacional	8
7. Elementos de un diagnóstico situacional	9
8. El sistema turístico como base para la planificación	10
9. Análisis de problemas	12
10. Matriz CPES	12
B. DETERMINAR LA VIABILIDAD COMERCIAL PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”	13
1. Estudio de viabilidad.....	13
2. Definición de Estudio de Mercado	13
3. Análisis de la demanda.....	14
4. Análisis de la oferta.....	19
5. Análisis de la competencia	20
6. Confrontación oferta - demanda.....	20
C. DETERMINAR LA VIABILIDAD TÉCNICA PARA LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”	21
1. Producto turístico	21
2. Paquete turístico	22
3. Etapas en el desarrollo de productos turísticos	22
4. Diseño de productos turísticos.....	22
5. Las 4 C del Marketing Mix	23
D. DETERMINAR LA VIABILIDAD AMBIENTAL Y SOCIAL PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”	24

1. Impacto ambiental	24
2. Impacto Cultural.....	24
E. DETERMINAR LA VIABILIDAD LEGAL, ADMINISTRATIVA PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”	25
1. Estudio administrativo Legal.....	25
F. DETERMINAR LA VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”	25
1. Estudio económico	25
2. Viabilidad financiera.....	27
3. Tasa Interna de Retorno	28
4. Valor Actual Neto	28
5. Relación beneficio costo	28
6. Período de recuperación del capital.....	28
VI. MATERIALES Y MÉTODOS	29
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR	29
1. Localización	29
2. Ubicación Geográfica.....	30
3. Superficie	30
4. Límites	31
5. Condiciones meteorológicas.....	31
6. Características Ecológicas	31
7. Materiales y equipos.....	32
B. METODOLOGÍA	32
1. Evaluar el potencial turístico de la Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes”.....	33
2. Determinar la viabilidad comercial para la creación de productos turísticos en la Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes”	37
3. Determinar la viabilidad técnica para la creación de productos turísticos en la Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes”	41
4. Determinar la viabilidad ambiental y social para la creación de productos turísticos en la Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes”	43
5. Determinar la viabilidad legal, administrativa para la creación de productos turísticos en la Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes”	44
6. Determinar la viabilidad económica y financiera para la creación de productos turísticos en la Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes”	44
IV. RESULTADOS.....	46
A. EVALUAR EL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”	46
1. Diagnóstico Situacional De La Mancomunidad	46
2. Análisis FODA.....	101
3. Matriz CPES	107

4. Validación de atractivos turísticos de la Mancomunidad “Corredor productivo Ambiental Mirador de los Volcanes”.....	109
5. Declaratoria de imagen turística.....	117
6. Índice de Potencial Turístico.....	120
B. VIABILIDAD COMERCIAL PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”.....	122
1. Análisis del Mercado Turístico.....	122
4) Proyecciones de la demanda.....	234
C. VIABILIDAD TÉCNICA PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”.....	241
1. Sitios de visita.....	241
2. Objetivo y concepto de los productos.....	245
3. Actividades principales para los sitios de visita.....	246
4. Planta turística.....	250
5. Productos Turísticos.....	262
6. Determinación de las necesidades de intervención pública y privada.....	297
7. Estrategias de promoción y publicidad.....	310
D. VIABILIDAD AMBIENTAL PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”.....	333
1. Matriz de Lázaro Lagos.....	333
2. Análisis de la Matriz de Lázaro Lagos.....	337
3. Acciones para reducir impactos.....	337
4. Estudio de Capacidad de carga para senderos.....	338
5. Parámetros que determinaran la capacidad de carga en senderos.....	339
E. ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVA PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”.....	347
1. Determinar la viabilidad legal y administrativa.....	347
F. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”.....	370
1. Viabilidad Económica.....	370
2. Viabilidad financiera.....	382
3. Punto de Equilibrio.....	384
IX. CONCLUSIONES.....	386
X. RECOMENDACIONES.....	388
XI. RESUMEN.....	389
XII. SUMMARY.....	390
XIII. BIBLIOGRAFÍA.....	391
X. ANEXOS.....	395

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Elementos de un diagnóstico situacional.....	9
Tabla 2. Matriz para la investigación de mercados.....	17
Tabla 3. Superficie de la Mancomunidad.....	30
Tabla 4. Siglas de los parámetros del IPT.....	36
Tabla 5. Escala del Índice de potencial turístico.....	37
Tabla 6. Principales vías de acceso a la mancomunidad.....	48
Tabla 7. Superficie de los asentamientos humanos.....	49
Tabla 8. Auto identificación étnica.....	49
Tabla 9. Distribución de la población por rangos de edad.....	50
Tabla 10. Jefes de hogar de acuerdo al género.....	51
Tabla 11. Migrantes y país de destino.....	52
Tabla 12. Procedencia principal del agua recibida.....	52
Tabla 13. Sistema de saneamiento de la vivienda.....	53
Tabla 14. Manejo de desechos que producen.....	53
Tabla 15. Forma de obtener la energía eléctrica.....	54
Tabla 16. Medios de comunicación más utilizados.....	54
Tabla 17. Disponibilidad de viviendas.....	55
Tabla 18. Niveles de educación formal.....	55
Tabla 19. Cobertura de transporte.....	56
Tabla 20. Fiestas que celebran en el año.....	57
Tabla 21. Clasificación de los suelos existentes en la mancomunidad.....	62
Tabla 22. Tipos de Uso de Suelo.....	66
Tabla 23. Flora presente en la mancomunidad.....	69
Tabla 24. Especies de flora presentes en las zonas de producción.....	73
Tabla 25. Especies de fauna presentes en las parroquias de la Mancomunidad.....	75
Tabla 26. Especies de fauna presentes en la zona de producción y vivienda.....	78
Tabla 27. Sistemas hídricos de la mancomunidad.....	80
Tabla 28. PEA y PEA ocupada.....	86
Tabla 29. Distribución de la PEA de acuerdo al género.....	86
Tabla 30. Principales actividades a las que se dedica la población.....	87
Tabla 31. Principales productos que se producen en el territorio.....	89
Tabla 32. Formas de tenencia de la tierra.....	90
Tabla 33. Cobertura de riego.....	91
Tabla 34. Empresas o establecimientos económicos.....	91
Tabla 35. Funcionarios de la mancomunidad.....	99
Tabla 36. Instituciones que trabajan en la Mancomunidad.....	101
Tabla 37. Análisis de los factores internos de las actividades y recursos turísticos.....	102
Tabla 38. Análisis de los factores internos de la infraestructura turística.....	103
Tabla 39. Análisis de los factores internos de la planta turística.....	103
Tabla 40. Análisis de los factores internos de la superestructura turística.....	104
Tabla 41. Análisis de los factores internos de la Demanda turística.....	104
Tabla 42. Análisis de los factores externos del sistema turístico.....	105
Tabla 43. Matriz CPES.....	107

Tabla 44. Validación de atractivos de la Mancomunidad	110
Tabla 45. Matriz de caracterización de atractivos turísticos naturales.	112
Tabla 46. Matriz de caracterización de atractivos turísticos culturales.	114
Tabla 47. Resumen de la valoración y jerarquización de los atractivos turísticos de la Mancomunidad “MPAMV”.	117
Tabla 48. Líneas de productos turísticos y actividades turísticas que se pueden desarrollar en la Mancomunidad.	118
Tabla 49. IPT Nevado el Altar	120
Tabla 50. Escala del Índice de potencial turístico.....	121
Tabla 51. Matriz de caracterización de la infraestructura básica	123
Tabla 52. Servicios de alimentación.....	127
Tabla 53. Establecimientos de hospedaje	128
Tabla 54. Sitios artesanales	129
Tabla 55. Sitios de recreación	131
Tabla 56. Servicios de Guianza	131
Tabla 57. Medios de transporte	132
Tabla 58. Accesos hacia las parroquias de la mancomunidad.	133
Tabla 59. Productores de la parroquia Bayushig	135
Tabla 60. Establecimientos hoteleros del cantón Baños	138
Tabla 61. Principales agencias de viaje del cantón Baños	140
Tabla 62. Establecimientos hoteleros del cantón Colta	142
Tabla 63. Centros de turismo comunitario	142
Tabla 64. Establecimientos hoteleros de la ciudad del Puyo	143
Tabla 65. Principales agencias de viaje	144
Tabla 66. Lista de establecimientos de alojamiento de la Mancomunidad Atillo.	145
Tabla 67. Lista de servidores de guianza de la Mancomunidad Atillo.	146
Tabla 68. Caracterización de los centros de turismo comunitario.....	147
Tabla 69. Caracterización de los paquetes turísticos Puruhá Trekking.....	150
Tabla 70. Caracterización de los paquetes turísticos Puruhá Biking.....	151
Tabla 71. Caracterización de los paquetes turísticos Puruhá Climbing	152
Tabla 72. Caracterización de los paquetes turísticos Sierra centro	152
Tabla 73. Caracterización de los circuitos turísticos Ruta Ecuador	152
Tabla 74. Matriz de establecimientos de hospedaje del cantón Penipe.....	153
Tabla 75. Matriz de establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Penipe	153
Tabla 76. Matriz de establecimientos de hospedaje del cantón Riobamba	154
Tabla 77. Establecimientos de alimentación y bebidas del cantón Riobamba	155
Tabla 78. Matriz de establecimientos de recreación, diversión y esparcimiento del cantón Riobamba.....	156
Tabla 79. Matriz de las agencias de viajes del cantón Riobamba	157
Tabla 80. Matriz para la investigación de mercados.....	158
Tabla 81. Estratos económicos del Poblaciones urbanas de la zona 3 que se encuentran en condiciones de vida Media, Media alta y Alta.....	159
Tabla 82. Distribución de la muestra.....	160
Tabla 83. Género.....	160
Tabla 84. Edad	161

Tabla 85. Procedencia	162
Tabla 86. Edad de los turistas Nacionales.	163
Tabla 87. Temporada en la que viajan.....	164
Tabla 88. Compañía de viaje.....	165
Tabla 89. Forma de organizar sus viajes	166
Tabla 90. Promedio de gasto diario	167
Tabla 91. Ha hecho turismo en Chimborazo	168
Tabla 92. Le gustaría realizar turismo en Chimborazo	169
Tabla 93. Compraría productos turísticos.....	170
Tabla 94. Atractivos que le gustaría visitar	171
Tabla 95. Atractivos que les gustaría visitar de acuerdo a la edad.....	172
Tabla 96. Actividades que le gustaría realizar	173
Tabla 97. Actividades que desean realizar de acuerdo a la edad	174
Tabla 98. Servicios turísticos que más utiliza.....	175
Tabla 99. Número de días que está dispuesto a quedarse	176
Tabla 100. Tipo de hospedaje que prefiere.....	177
Tabla 101. Tipo de alimentación que prefiere	178
Tabla 102. Temporada en la que viajan.....	179
Tabla 103. Matriz de la investigación de mercados.....	182
Tabla 104. Población por estratos	183
Tabla 105. Distribución de la muestra por estratos socio - económicos	185
Tabla 106. Distribución de la población por parroquias	186
Tabla 107. Rutas para la aplicación de encuesta.....	186
Tabla 108. Género.....	190
Tabla 109. Edad	191
Tabla 110. Nivel de instrucción	192
Tabla 111. Ocupación	193
Tabla 112. Miembros en el hogar.....	194
Tabla 113. Procedencia de las frutas que consume.....	195
Tabla 114. Compra productos frutales de la provincia de Chimborazo	196
Tabla 115. Frutas que consumen en los hogares.....	197
Tabla 116. Gasto semanal en la compra de frutas	198
Tabla 117. Lugar donde compra las frutas	199
Tabla 118. Motivo por el que compra productos frutales	200
Tabla 119. Compraría productos en los sitios donde se cultivan	201
Tabla 120. Matriz para la investigación de mercados.....	203
Tabla 121. Género.....	208
Tabla 122. Edad	209
Tabla 123. Lugar de procedencia	210
Tabla 124. Nivel de Instrucción	211
Tabla 125. Ocupación	212
Tabla 126. Deporte que practica.....	213
Tabla 127. Condición física	214
Tabla 128. Número de eventos en los que ha participado.....	215
Tabla 129. Estadía en los sitio de competencia	216

Tabla 130. Disciplina de ciclismo que practican	217
Tabla 131. Modalidades en las que ha participado	218
Tabla 132. Competencia que desean	219
Tabla 133. Km que desea que tenga el recorrido	220
Tabla 134. Edad y distancia del recorrido	221
Tabla 135. Distancia del recorrido de acuerdo a la modalidad de competencia	222
Tabla 136. Distancia de los puntos de control	222
Tabla 137. Distancia a la que se deben poner los puntos de hidratación	223
Tabla 138. Valor de la inscripción a un evento de competencia	224
Tabla 139. Medio por el cual se informa	225
Tabla 140. Época del año que desean se realice el evento	226
Tabla 141. Nivel de aceptación de la competencia	227
Tabla 142. Duración del evento	227
Tabla 143. Matriz para la investigación de mercados	231
Tabla 144. Demanda intermediaria de artesanías	232
Tabla 145. Grupos de edad de 15 a 39 años	234
Tabla 146. Proyección de la demanda potencial - demanda regional	235
Tabla 147. Calculo de la demanda objetivo	236
Tabla 148. Proyección de la demanda potencial - demanda de frutas	236
Tabla 149. Calculo de la demanda objetivo	237
Tabla 150. Demanda Potencial de eventos de competencia	238
Tabla 151. Proyección de la demanda objetivo para eventos de competencia	238
Tabla 152. Proyección de la demanda potencial - demanda de artesanías	239
Tabla 153. Demanda Objetivo de artesanías	240
Tabla 154. Sitios Naturales y atractivos culturales promisorios para la visita	241
Tabla 155. Sitios de visita y actividades principales para el producto turístico	246
Tabla 156. Albergue la Candelaria	250
Tabla 157. Hacienda Releche	251
Tabla 158. Hostal Cubijies	252
Tabla 159. Pesca Artesanal el Boliche	253
Tabla 160. Hacienda Balcashig	253
Tabla 161. Restaurante el Sabor Bayusheño	254
Tabla 162. Asadero Restaurant Adrianita	255
Tabla 163. La suegra II	256
Tabla 164. Puesto de comida Fernandita	257
Tabla 165. Carmen Amelia Tierra	258
Tabla 166. Cooperativa de transporte San Antonio de Bayushig	259
Tabla 167. Cooperativa de transporte Santiago de Quimiag	260
Tabla 168. Piscina de la parroquia Cubijies	261
Tabla 169. Paquete N° 01: Ruta “Altar – Nido del Condor”	262
Tabla 170. Paquete N°02: Ruta “Altar – Trekking de las lagunas”	265
Tabla 171. Paquete N°03: “San Gerardo Ruta de la totora”	268
Tabla 172. Paquete N°4: “Cubijies Ruta de luces y bandas de pueblo”	271
Tabla 173. Paquete N°05: “Guanando ruta de los ponchos”	274
Tabla 174. Paquete N°06: “ Bayushig Ruta de las Manzanas”	277

Tabla 175. Paquete N°7: Duatlon “Mirador de los Volcanes”	280
Tabla 176. Características de la Ruta de Ciclismo	285
Tabla 177. Características de la Ruta de Running	286
Tabla 178. Logística para el evento de competencia.	286
Tabla 179. Análisis de costos paquete No 01: La Candelaria “Altar Nido del Condor”	290
Tabla 180. Análisis de costos paquete No 02: Quimiag “Trekking de las lagunas”	291
Tabla 181. Análisis de costos paquete No 03: San Gerardo “Ruta de la Totorá”	292
Tabla 182. Análisis de costos paquete No 04: Cubijes “Ruta de luces y bandas de pueblo” ...	293
Tabla 183. Análisis de costos paquete No 05: Guanando “Ruta de los ponchos”	294
Tabla 184. Análisis de costos paquete No 06: Bayushig “Ruta de las manzanas”	294
Tabla 185. Presupuesto para el producto de competencia Duatlon “Mirador de los Volcanes”.	295
Tabla 186. Menus tentativo para los refrigerios	295
Tabla 187. Diseño de basureros	297
Tabla 188. Diseño de soleados	299
Tabla 189. Diseño de pasamanos	302
Tabla 190. Señalética orientativa	303
Tabla 191. Panel Informativo	304
Tabla 192. Presupuesto Necesidades de intervención	308
Tabla 193. Presupuesto Total de Necesidades de Intervención Pública	310
Tabla 194. Paquetes turísticos	312
Tabla 195. Programa de capacitación para prestadores de servicio turístico	314
Tabla 196. Presupuesto programa de capacitación para prestadores de servicio turístico....	318
Tabla 197. Actualización de precios	319
Tabla 198. Tarifarios.....	320
Tabla 199. Plan de comercialización	322
Tabla 200. Agencias de viaje y tour operadoras de la ciudad de Riobamba	324
Tabla 201. Campaña de anuncio en Facebook	328
Tabla 202. Presupuesto Marketing mix	332
Tabla 203. Matriz causa – efecto.....	334
Tabla 204. Matriz de cuantificación de impactos ambientales	336
Tabla 205. Elementos de la capacidad de carga	340
Tabla 206. Fórmulas para el cálculo de la capacidad de carga física en senderos del PNS	341
Tabla 207. Capacidad de carga real.....	342
Tabla 208. Capacidad de carga efectiva	344
Tabla 209. Resumen del indicador capacidad de carga para los senderos del PNS	345
Tabla 210. Resultados de la capacidad de carga del sendero Nido del condor	345
Tabla 211. Resultados de la capacidad de carga del sendero de las Lagunas.....	346
Tabla 212. Sueldos y Salarios	364
Tabla 213. Inversiones del proyecto.....	370
Tabla 214. Fuentes y usos del proyecto.....	372
Tabla 215. Financiamiento del Proyecto.	373
Tabla 216. Referencia de depreciaciones	374
Tabla 217. Depreciación de activos fijos.....	374
Tabla 218. Amortización de activos diferidos	375

Tabla 219. Datos historicos de Inflación	375
Tabla 220. Datos históricos delCrecimiento turístico	376
Tabla 221. Estructura de costos y gastos proyectada para 5 años	376
Tabla 222 Estructura de ingresos	379
Tabla 223. Indices de crecimiento turístico e inflación	379
Tabla 224 Estado de resultados.	380
Tabla 225 Cálculo del flujo de caja	381
Tabla 226. Flujo de caja	382
Tabla 227. Viabilidad Financiera	383
Tabla 228. Costos del proyecto	384
Tabla 229.Costos de los productos	384
Tabla 230.Punto de equilibrio	385

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Sistema Turístico	11
Figura 2. Diseño del producto turístico	22
Figura 3. Mapa de ubicación de la Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes”.	29
Figura 4. Mapa del Ámbito de estudio	46
Figura 5. Mapa de vías de Acceso	48
Figura 6. Mapa de isotermas	60
Figura 7. Mapa de tipos de clima	61
Figura 8. Mapa de la clasificación ecológica.....	61
Figura 9. Mapa de taxonomía del suelo.....	62
Figura 10. Mapa de usos de Suelo	66
Figura 11. Sistema Hídrico.....	82
Figura 12. Mapa de Relieve	83
Figura 13. Mapa de Pendientes	83
Figura 14. Mapa de posibles peligros en el territorio	84
Figura 15. Mapa de movimientos en masa	85
Figura 16. Mapa de peligros volcánicos	85
Figura 17. Organigrama estructural.....	100
Figura 18. Mapa de atractivos turísticos de la Mancomunidad.....	116
Figura 19. Mapa de Vías hacia las parroquias de la Mancomunidad “CPAMV”	134
Figura 20. Género	161
Figura 21. Edad.....	162
Figura 22. Procedencia.....	163
Figura 23. Motivo/Ocasión por el que realiza los viajes.....	164
Figura 24. Temporada en la que viaja	165
Figura 25. Compañía de viaje.....	166
Figura 26. Forma en la que organiza sus viajes	167
Figura 27. Promedio de gasto diario.....	168
Figura 28. Han realizado turismo en Chimborazo	169
Figura 29. Le gustaría realizar turismo en Chimborazo.....	170
Figura 30. Compraría productos turísticos en Chimborazo	171
Figura 31. Actividades que le gustaría realizar.....	174
Figura 32. Servicios que utiliza	176
Figura 33. Número de días que está dispuesto a quedarse	177
Figura 34. Tipo de hospedaje que prefiere	178
Figura 35. Tipo de alimentación que prefiere	179
Figura 36. Medios por los que debe hacerse promoción turística	180
Figura 37. Parroquias Urbanas de Riobamba	185
Figura 38. Género	190
Figura 39. Edad.....	191
Figura 40. Nivel de instrucción	192

Figura 41. Actividades a las que se dedica	193
Figura 42. Número de miembros en el hogar	194
Figura 43. Compran productos cultivados en la provincia	196
Figura 44. Frutas que consumen.....	197
Figura 45. Gasto semanal	198
Figura 46. Lugar donde compra las frutas que consume	199
Figura 47. Motivo por el que compra	200
Figura 48. Compraría productos frutales en los sitios donde se producen	201
Figura 49. Deportistas que participan en Chimborazo Extremo – Modalidad Individual	205
Figura 50. Deportistas que participan en Chimborazo Extremo – Modalidad Equipos	206
Figura 51. Genero	208
Figura 52. Edad.....	209
Figura 53. Lugar de procedencia	210
Figura 54. Nivel de instrucción	211
Figura 55. Ocupación	212
Figura 56. Deporte que practica	213
Figura 57. Condición física	214
Figura 58. N° de eventos en los que a participado	215
Figura 59. Estadía en el sitio de competencia.....	216
Figura 60. Disciplina de ciclismo que practica.....	217
Figura 61. Modalidades en las que ha participado.....	218
Figura 62. Modalidades deportivas	219
Figura 63. Km del recorrido.....	221
Figura 64. Distancia de puntos de control	223
Figura 65. Distancia de los puntos de hidratación	224
Figura 66. Costo de inscripción.....	225
Figura 67. Época que desea se realice el evento.....	226
Figura 68. Aceptación de una competencia en el nevado Altar	227
Figura 69. N° de días que desea que dure el evento.....	228
Figura 70. Mapa del producto 01 : “Altar – Nido del Cóndor”	264
Figura 71. Mapa del producto 02: “Treacking de las lagunas”	267
Figura 72. Mapa del producto 03: “San Gerardo Ruta de la totora”	270
Figura 73. Mapa del producto: “Cubijies ruta de luces y bandas de pueblo”	273
Figura 74. Mapa del producto 04: “Guanando ruta de los ponchos”	277
Figura 75. Mapa del producto 5: “Bayushig ruta de las Manzanas”	279
Figura 76. Mapa del producto: “Duatlon Mirador de los Volcanes”	288
Figura 77. Mapa del producto: “Duatlon Mirador de los Volcanes”	289
Figura 78. Imagotipo.....	311
Figura 79. Diseño página Web - Home	325
Figura 80. Diseño página Web- Nosotros.....	326
Figura 81. Diseño página Web- Productos	326
Figura 82. Plataforma de página de Facebook.....	327
Figura 83. Anuncio publicitario en facebook	329

Figura 84. Folleto desplegable	330
Figura 85. Reverso del folleto desplegable.....	331
Figura 86. Capacidad de carga.....	340
Figura 87. Resultados de la Capacidad de carga para los senderos en el PNS.....	346

I. DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PARA LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”, PROVINCIA DE CHIMBORAZO

II. INTRODUCCIÓN

Como antecedente de que el turismo puede convertirse en un mecanismo de desarrollo local, la OMT (2014) menciona que durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos.

Además la Business Travel and Logistics (2015) menciona que la existencia de maravillosos parajes, paisajes, actividades variadas e infraestructura que posee el país, combinado con la campaña gigantesca para promocionar el Ecuador como destino turístico ha dado lugar a resultados exitosos al día de hoy, provocando la llegada de 1,5 millones de visitantes extranjeros (MINTUR, 2014), un nuevo record para el país en el año 2014, este contexto con seguridad marca los beneficios económicos que genera el turismo para la población en los territorios que desarrollan esta actividad.

La mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes” buscando disminuir los problemas socioeconómicos y ambientales generados por las principales actividades económicas que realizan actualmente e incursionar en el desarrollo sostenible, se ha propuesto desarrollar productos turísticos que permitan diversificar la oferta mediante la generación de nuevas alternativas de viaje en el territorio.

A. JUSTIFICACIÓN

En los territorios que conforman la mancomunidad se manifiesta un denominador común, existen actividades económicas marcadas como la agricultura y la ganadería, que constituyen la base de la economía familiar, también generan problemas de tipo social y ambiental, entre otros está la degradación de los recursos con el avance de la frontera agrícola, el desgaste de los suelos, etc. Y de tipo social la limitada generación de plazas de trabajo, salarios reducidos y como resultado final el incremento del índice de pobreza y la migración.

Tomando en cuenta la incidencia del turismo en los territorios como oportunidad de desarrollo, para contribuir a mitigar esta problemática se propone incursionar en el ámbito turístico mediante la creación de productos que incentiven la generación de emprendimientos, actividades y servicios con ventajas competitivas, frente a territorios consolidados, productos que satisfagan la búsqueda, por parte de los turistas, de nuevos atractivos (cultura, naturaleza, experiencias in-situ, gastronomía, entre otros elementos), donde hasta el propio desplazamiento hacia los lugares próximos resulta una fuente generadora de ocio y recreación.

La mancomunidad cuenta con recursos naturales y culturales con potencial turístico de relevancia, entre los más representativos se encuentran: el Nevado el Altar, la Laguna Amarilla, el bosque de Pazguazo, el rito del animero, los juegos pirotécnicos, las artesanías de totora, el río Chambo, etc. Recursos que llaman la atención de visitantes que llegan al territorio de forma esporádica; de manera particular son notorias las visitas de las familias de la ciudad de Riobamba que salen a conocer los alrededores los fines de semana. Aunque existe este antecedente importante, en estos territorios no se ha desarrollado el turismo, no se cuenta con un registro de las llegadas, no existe un catastro de servidores turísticos, es decir no se ha establecido una oferta y una demanda de forma técnica que nos permita aprovechar los recursos de manera sustentable.

La creación de productos turísticos permitirá dinamizar la oferta y se evitará que la actividad en los territorios se desarrolle de forma aislada, promoviendo la participación de los diversos segmentos de la sociedad, para generar fuentes de trabajo, aprovechando las potencialidades individuales, aprovechando atractivos turísticos, servicios e infraestructura suficiente para incentivar la permanencia del visitante.

Además el incursionar en el ámbito turístico ayudará a disminuir el impacto que tiene la actividad agrícola sobre los recursos, promoviendo la conservación de las fuentes de agua, de los remanentes de bosque, el cuidado y estudio de la flora y fauna, es decir se pretende

incentivar a los actores la práctica de un turismo responsable enmarcado en los ejes de la sostenibilidad: ambientalmente amigable, socialmente justo y económicamente rentable.

De esta manera la actividad turística permitirá a la mancomunidad activar su economía mediante, iniciativas comunitarias, creación de micro emprendimientos, prestadores de servicios, empleo de mano de obra, etc. Además favorecerá al eslabonamiento con la producción y oferta local de alimentos a manera de proveedores, permitiéndoles crear un ingreso muy necesario para su desarrollo y poder crecer como destino turístico posicionado en el mercado, mejorando continuamente los servicios y hospitalidad, convirtiéndose en un apoyo para la economía regional y nacional del Ecuador.

B. OBJETIVOS

1. Objetivo General

Diseñar productos turísticos para la mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes”, provincia de Chimborazo.

2. Objetivos Específicos

1. Evaluar el potencial turístico de la Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes”.
2. Determinar la viabilidad comercial para la creación de productos turísticos
3. Determinar la viabilidad técnica para la creación de productos turísticos
4. Determinar la viabilidad ambiental y social para la creación de productos turísticos
5. Determinar la viabilidad legal, administrativa para la creación de productos turísticos
6. Determinar la viabilidad económica y financiera para la creación de productos turísticos

C. HIPÓTESIS

Es factible la implementación de productos turísticos en la mancomunidad “Corredor productivo ambiental mirador de los volcanes”.

III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. EVALUAR EL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”.

1. Mancomunidad

La constitución, al referirse a la organización territorial del Estado, en su artículo 243, establece la posibilidad de que dos o más regiones, provincias, cantones o parroquias contiguas pueden agruparse y formar mancomunidades, con la finalidad de mejorar la gestión de sus competencias y favorecer sus procesos de integración. (Constitución, 2008)

Por tanto una mancomunidad es el agrupamiento de dos o más GAD para la gestión de sus competencias o el favorecimiento de sus procesos de integración. (Constitución, 2008)

En el mencionado artículo se señala además, que su creación, estructura y administración serán reguladas por la ley. En efecto, la norma que se ocupa de regular lo relativo a las mancomunidades es el COOTAD. (Constitución, 2008)

2. Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes”

El 23 de enero del 2015 se firma el convenio de mancomunamiento entre los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales Rurales de San Gerardo, Cubijés, Quimiag, La Candelaria, Bayushig y Guanando pertenecientes a la provincia de Chimborazo con el fin de integrar la mancomunidad denominada “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes” MCPAMV. El objetivo de la firma de este convenio es presentar de manera unificada los intereses de los GAD’s parroquiales ante organismos del estado en general y generar propuestas relacionadas a: producción agrícola, pecuaria, industrialización, comercialización de productos, turismo sostenible, desarrollo artístico cultural, conservación ambiental y demás actividades que permitan el progreso de estos pueblos. (MCPAMV, 2015)

3. Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (OMT, 2008).

4. Tipologías de turismo

a. Turismo tradicional

“Se sustenta principalmente en el turismo masivo y en el desarrollo de grandes instalaciones de alojamiento y esparcimiento. Los turistas que practican este tipo de turismo regularmente presentan hábitos consumistas y demandan servicios sofisticados.” (Ibáñez y Rodríguez, 2007)

b. Turismo alternativo

Es una corriente de turismo que tiene como objetivo la realización de viajes donde el turista participa en actividades recreativas de contacto con la naturaleza y las expresiones culturales de comunidades rurales, indígenas y urbanas, respetando los patrimonios natural, cultural e histórico del lugar que visitan. Presupone que los organizadores están conscientes de los valores naturales, sociales y comunitarios, y que los turistas desean interactuar con la población local. (Ibáñez y Rodríguez, 2007)

c. Turismo cultural

Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de entrar en contacto con otras culturas y acercarse a sus identidades. Contempla como uno de sus objetivos el conocimiento de los bienes de patrimonio cultural. Los turistas que practican esta modalidad turística buscan el disfrute y comunicación de valores y aprovechamiento económico para fines turísticos. Las principales actividades están relacionadas con diferentes aspectos; por ejemplo: artístico monumental, arquitectura popular, de exposiciones, étnico, folklore, costumbres y tradiciones, religioso, de

formación, de acontecimientos singulares, festivo, literario, gastronómico e industrial. (Ibáñez y Rodríguez, 2007)

d. Turismo rural

Es aquel tipo de turismo que se realiza en zonas no urbanas, realzando la cultura, los valores y la identidad de la población local, a través de su directa y activa participación en la prestación de los servicios turísticos. Este tipo de turismo complementa las actividades económicas tradicionales y permite el intercambio positivo entre visitantes y receptores. (Ibáñez y Rodríguez, 2007)

e. Agroturismo

Es una actividad en la que el turista busca vincularse con las labores del campo. Otras de sus motivaciones son: el contacto con las actividades económicas tradicionales en localidades regularmente pequeñas y experimentar la vida rural campesina. Para el turista, esto significa una oportunidad de entrar en contacto con la naturaleza, aun cuando pueda tratarse de espacios sometidos a procesos productivos intensos. (Ibáñez y Rodríguez, 2007)

f. Ecoturismo

Es un nuevo movimiento conservacionista, basado en la industria turística. Se plantea como viajes turísticos responsables que conservan el entorno y ayudan al bienestar de la comunidad local. Se acompaña por códigos éticos y genera un enorme flujo de viajeros internacionales. Recibe el apoyo de estudiantes, pensadores y el financiamiento de los gobiernos de algunos países industrializados. (Ibáñez y Rodríguez, 2007)

“Entre sus principales actividades están: el senderismo, la observación sideral, el rescate de flora y fauna, observación de flora, observación de ecosistemas, observación geológica y observación de atractivos naturales entre otras”. (Ibáñez y Rodríguez, 2007)

g. Turismo de aventura

Algunos lo llaman turismo deportivo, otros más turismo de aventuras, otros tantos turismo de adrenalina o bien turismo de reto, y si bien su denominación es lo de menos, los conceptos si llegan a ser determinantes. Por lo que, estas denominaciones generan confusiones y preocupaciones entre el turista e inclusive entre los prestadores y comercializadores de estos servicios. Referente a las actividades que se practican dentro de esta modalidad encontramos a, el montañismo, rappel, escalada, cabalgata, espeleísmo, ciclismo de montaña y la caminata. (Ibáñez y Rodríguez, 2007)

5. Diagnóstico situacional

“Un diagnóstico a nivel turístico es entendido como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turística en el destino”. (Ricaurte, 2009)

“Desde un enfoque físico territorial indica que el diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística oferta y demanda del uso y estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a aplicar”. (Vera, 1997)

Peter Zimmer, P. & Grassmann, S. (2006), están de acuerdo que el diagnóstico, es la comparación de los resultados del análisis de la situación, que permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos, y por último, decidir la conveniencia de desarrollar o no el turismo en la zona.

6. Objetivo de un diagnóstico situacional

El objetivo de un diagnóstico situacional según el IICA (Instituto Interamericano de Cooperación Agrícola) (2008) es permitir el conocimiento de la situación actual y potencial y los puntos críticos de todos los aspectos que explican el desarrollo turístico de la zona, lo que permitirá detectar las áreas fundamentales en las que actuar. Ello incluye tanto los atractivos como todos los aspectos de la demanda y la oferta básica, la competencia, su promoción y comercialización.

“El diagnostico se convierte en el primer filtro para determinar qué tan factible es o no un proyecto turístico desde el punto de vista socio cultural y ecológico, con lo que se analiza y evalúa si los recursos son factibles de aprovechamiento”. (Hernández, 2010)

7. Elementos de un diagnóstico situacional

Tierra, (2012) en el Texto Básico de Planificación Territorial: “Diagnóstico de Potencialidad Turística, indica, el diagnóstico situacional del territorio incluye el recabar información referente a los cinco ámbitos que se describen a continuación”

Tabla 1. Elementos de un diagnóstico situacional.

ÁMBITO	INFORMACIÓN A RECABAR
Físico espacial	<ul style="list-style-type: none"> • División política administrativa (provincia, cantón, parroquia, comunidades) • Limites • Vías de acceso
Socio cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Etnicidad (nacionalidad y pueblo) • Historia • Población (total de habitantes, número de familias, distribución por género y edad) • Migración • Nivel de instrucción • Profesión u ocupación • Servicios Básicos disponibles (agua, energía, alcantarillado, recolección y tratamiento de desechos) • Vivienda (tipo, propiedad, características) • Salud • Educación (Tipo de establecimiento, niveles, número de estudiantes y docentes) • Medios de transporte (unidades, frecuencias, precio) • Comunicación • Servicios sanitarios (tipo de baños, letrina, pozo ciego, pozo séptico) • Combustibles utilizados

	<ul style="list-style-type: none"> • Abastecimiento de productos
Ecológico territorial	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones ambientales de la zona (clima, paisaje natural) • Clasificación ecológica • Usos de suelo (tipo, porcentaje y mapas) • Descripción general de la flora y fauna especies endémicas o en peligro de extinción (Familia, nombre común y científico, usos) • Hidrología • Problemas ambientales
Económico productivo	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades económicas (tipo, ocupación) • Desarrollo actual del turismo en la zona • Participación o interés de la población en el desarrollo turístico
Político Administrativo	<p>Administración interna (organigrama, composición administrativa, funciones)</p> <p>Asociatividad (organizaciones) análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico</p> <p>Instituciones que trabajan en la zona</p>

SEMPLADES (2015). Lineamientos para la elaboración de Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquiales.

8. El sistema turístico como base para la planificación

Todas parten de la idea general de que un sistema es una totalidad organizada compuesta por diferentes elementos cuya función se interrelaciona para alcanzar un fin común. La diferencia entre un sistema y otro radica en los elementos que lo conforman. (Ricaurte, C. 2009).

El sistema turístico es un sistema abierto que está inserto en un entorno social, ambiental político y económico lo que nos proporciona una base teórica para la práctica de un turismo sostenible, responsable con la comunidad receptora y dinámico económica y políticamente (Molina, S. 2000).

a. Elementos que constituyen un sistema turístico

El sistema turístico por su parte está constituido por un conjunto de elementos interdependientes que permiten su funcionamiento y que se encuentra en estrecha relación con la vida de todos los pueblos, ya sea que su involucramiento sea como turistas o como anfitriones. El turismo se estructura en cuatro elementos sustanciales a saber: los atractivos y las consiguientes actividades que estos posibilitan, la infraestructura social, la planta turística y la superestructura. Estos elementos configuran la oferta turística y se sintetizan en los productos turísticos que se ofrecen a los visitantes (Tierra, P. 2012), todos estos elementos de la oferta constantemente articulados, frente a la demanda, constituyen la base para provocar un desarrollo turístico sostenido dentro de un territorio.



Figura 1: Sistema Turístico
Fuente: OMT, 1999.

9. Análisis de problemas

“El análisis del problema define la naturaleza, el alcance, las causas y las consecuencias específicos del tema de la campaña para determinar el mejor modo de abordar esa cuestión y qué que puede cambiarse.” (ONU, 2012)

a. Matriz y análisis FODA

1) Concepto

“La matriz FODA (también conocida como matriz DAFO), es una herramienta utilizada para la formulación y evaluación de estrategias. Generalmente es utilizada para empresas, pero igualmente puede aplicarse a personas, países, regiones, etc.” (IICA, 2008).

“Su nombre proviene de las siglas: Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas. Las fortalezas y debilidades son factores internos al territorio, que crean o destruyen valor. Incluyen los recursos, activos, habilidades, etc.” (IICA, 2008).

Las *fortalezas* se definen como la parte positiva, es decir, aquellos recursos o servicios sobre los cuales se tiene el control y que reflejan una ventaja ante otros territorios. Por el contrario, las *debilidades* afectan en forma negativa y directa el desempeño del territorio, derivándose en malos productos o servicios. Por su lado, las oportunidades y amenazas son factores externos, y como tales están fuera del control del territorio. (IICA, 2008).

Las *amenazas* podrían incluir los problemas de inflación, escasez de energía, cambios tecnológicos, aumento de la población y acciones gubernamentales y factores sociales, legales o culturales. En general, tanto las *amenazas* como las *oportunidades* podrían quedar agrupadas en las siguientes categorías: factores económicos, sociales o políticos, factores del producto o tecnológicos, factores demográficos, mercados y competencia, y otros. (IICA, 2008).

10. Matriz CPES

La matriz causa efecto propone para el levantamiento de la información básica, una matriz estructurada por un conjunto de filas y columnas contentivas de la siguiente información:

- En una primera columna se le asignan números a cada una de las causas;

- Lista de los problemas seleccionados por la comunidad, ordenados de mayor a menor importancia;
- El efecto con el que se está relacionando.
- En la cuarta se colocan el conjunto de alternativas propuestas por los participantes durante la realización de los talleres vivenciales, ordenadas y relacionados de acuerdo con cada una de los problemas indicados en la columna anterior. (Tierra, 2012).

B. DETERMINAR LA VIABILIDAD COMERCIAL PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”

1. Estudio de viabilidad

Un estudio de viabilidad consiste en la recopilación, análisis y evaluación de diferentes tipos de información con el propósito de determinar si se debe establecer o no una empresa que conlleve riesgos económicos. También el estudio de viabilidad resulta útil para evaluar la posible ampliación o expansión de un negocio ya existente. En términos generales, los estudios de viabilidad buscan contestar la pregunta sobre si resulta deseable el establecer o ampliar una empresa a base del rendimiento económico que se obtendría de la misma. (Vega, 2014)

2. Definición de Estudio de Mercado

Un estudio de mercado es el resultado del proceso de recogida, análisis e interpretación de información relativa al mercado objetivo de estudio. Los principales motivos para la realización de estudios de mercado son los siguientes: Permitir comprender el mercado en el que vas a localizar tu actividad. (GALICIA. S.A, 2010)

Ofrecer una visión actualizada de tu sector de actividad, es decir, cuál ha sido su evolución en los últimos años, la situación actual y las perspectivas de futuro.

Puede ser determinante a la hora de identificar una oportunidad de negocio o, por el contrario, identificar alternativas en caso de que tu proyecto inicial no sea viable. (GALICIA. S.A, 2010)

Te indica si debes continuar, cambiar o cancelar tu plan de negocio, si el producto vendido es adecuado o si la nueva gama que planeas comercializar tiene cabida en el mercado. También te aporta información sobre la acogida de una nueva campaña de publicidad y sobre nuevas modificaciones que podrían ser exitosas. (GALICIA. S.A, 2010)

El estudio de mercado plantea una serie de interrogantes sobre aspectos básicos como son: ¿cuáles son sus objetivos?, ¿qué métodos utilizar?, ¿qué es el análisis de la oferta y la demanda?, ¿cuáles son los métodos de proyección de la oferta y demanda?, ¿cómo determinar el precio de un servicio?, ¿cómo presentar un estudio de mercado? (INADEM, 2014)

El concepto de mercado se refiere a dos ideas relativas a las transacciones comerciales. Por una parte se trata de un lugar físico especializado en las actividades de vender y comprar productos y en algunos casos servicios. En este lugar se instalan distintos tipos de vendedores para ofrecer diversos productos o servicios, en tanto que ahí concurren los compradores con el fin de adquirir dichos bienes o servicios. Aquí el mercado es un lugar físico. (INADEM, 2014)

Por otra parte, el mercado también se refiere a las transacciones de un cierto tipo de bien o servicio, en cuanto a la relación existente entre la oferta y la demanda de dichos bienes o servicios. La concepción de ese mercado es entonces la evolución de un conjunto de movimientos a la alza y a la baja que se dan en torno a los intercambios de mercancías específicas o servicios y además en función del tiempo o lugar. Aparece así la delimitación de un mercado de productos, un mercado regional, o un mercado sectorial. En función de un área geográfica, se puede hablar de un mercado local, de un mercado regional, de un mercado nacional o del mercado mundial. (INADEM, 2014)

3. Análisis de la demanda

El propósito del análisis de la demanda es caracterizar y cuantificar la población actual, el de los próximos años y definir, en calidad y cantidad, los bienes y servicios necesarios para atenderla. Es decir, debemos definir y analizar las principales variables que inciden e incidirán en el comportamiento de la población que demandaría el bien o servicio. (Collazos, J. 2002)

La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias. En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos. A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio. Es bajo estas

circunstancias como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores. (INADEM, 2014)

a. Tipos de demanda

1) Demanda satisfecha

“Es la demanda en la cual el público ha logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él”. (Collazos, J. 2002)

2) Demanda insatisfecha

Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él. (Collazos, J. 2002)

b. Muestreo

El muestreo es una técnica usada en estadística que es indispensable en la investigación científica para seleccionar a los sujetos a los que les aplicaremos las técnicas de investigación elegidas, según el enfoque en que se trabaje (cuantitativo, cualitativo o mixto) En la mayoría de los proyectos de investigación utilizamos una muestra, y es importante reconocer aquellas definiciones que nos ayudarán a hacer un correcto proceso de muestreo, como también conocer los tipos de muestreo según la selección y el procedimiento. (Berganza, M. Ruiz, J. 2005)

Centra su atención en acciones más estructuradas, cuyos datos admiten algún tipo de medida y su análisis se realiza mediante procedimientos estadísticos, a partir de una muestra extraída de la población objetivo, en este método las respuestas se orientan a responder en *cuántos, cuándo o dónde*, es decir persigue información más precisa. (Collazos, J. 2002)

c. Muestra

La muestra es una parte delimitada y seleccionada de la población total y deberá incluir las características más importantes de la población a la cual se está refiriendo para que los

resultados obtenidos sean representativos y ejemplifiquen las características de la misma (FAO. 2014)

Levin & Rubin (1996), citados por Villegas, A. (2012) manifiestan que "*Una muestra es una colección de algunos elementos de la población, pero no de todos*".

1) Tamaño de la muestra

“El tamaño de muestra representa el número de observaciones tomadas para conducir un análisis estadístico. Los tamaños de muestra pueden componerse de gente, animales, comida, lotes, máquinas, baterías o cualquier población que se esté evaluando”. (Smith, S. 2012)

A medida que el tamaño de muestra aumenta, los estimativos se hacen más exactos, mejorando la calidad de la estimación y aumentando la seguridad (disminuye el error admitido), de acuerdo a la fórmula de Canavos, podemos conseguir un número de muestra amplio. (Smith, S. 2012)

$$\frac{N \cdot (q \cdot p)}{\left[(N - 1) \left(\frac{e}{z} \right)^2 \right] + (p \cdot q)}$$

Dónde:

n: tamaño de la muestra,

p: probabilidad de ocurrencia de un hecho o fenómeno 0.5,

q: probabilidad de no ocurrencia 0.5,

N: universo

z: confianza

e: error

d. Matriz para la investigación de mercados.

1) Establecer la necesidad de la investigación

El primer paso es sin lugar a dudas, establecer la necesidad que existe para elaborar la investigación de mercados. El investigador debe entender, claramente la razón por la cual se necesita la información. (Ricaurte, 2007)

2) Especificar los objetivos de la investigación

Los objetivos de la investigación responden a la pregunta: ¿Por qué se está llevando a cabo este proyecto?

Las necesidades de información deben responder a la pregunta: ¿Por qué se necesita una información específica para poder lograr los objetivos? (Ricaurte, 2007)

3) Determinar las fuentes de datos

El siguiente paso es determinar si los datos pueden conseguirse actualizados de las fuentes internas o externas de la organización. Si los datos pueden recogerse de fuentes internas o externas, el siguiente paso será recopilar nuevos datos.

El contenido del formato en que se recopile los datos dependerá de que los datos se recopilen por medio de entrevistas o de la observación. (Ricaurte, 2007)

Tabla 2. Matriz para la investigación de mercados.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE DE ESTUDIO	FUENTES DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS PARA RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN
Definir y cuantificar el universo de estudio	Quienes Cuántos Procedencia	Secundarias	Fichas Cuadros
Definir las características sociodemográficas del turista potencial	Edad Genero Ingresos Grupo familia	Primarias Trabajo de campo	Cuestionario Encuestas Tabulación Procesamiento Análisis
Identificar las características psicográficas del turista potencial	Motivación de viaje Información Interés de viaje Con quien viaje Permanencia Cuánto gasta Servicios turísticos Atractivos Actividades	Primarias Trabajo de campo	Cuestionario Encuestas Tabulación Procesamiento Análisis

Fuente: Ricaurte, 2007

e. Cuestionario

El cuestionario a de confeccionarse con una idea clara de los objetivos, pues tras la tabulación de sus respuestas se obtendrá los datos precisados para solucionar el problema. (**Ricaurte, 2007**)

¿Qué requisitos debe reunir el cuestionario?

- Interesante, proponiendo los temas y redactando las preguntas de forma que estimule el interés del encuestado.
- Sencillo, los encuestados deben entender la pregunta sin confusionismos.
- Preciso, sin preguntas superfluas. La entrevista ha de ser completa, sin que sea demasiado larga para no aburrir al encuestado.
- Concreto, evitando en lo posible las evasivas, siendo prudentes.
- Discreto. Esto obliga a una redacción que pregunte sin ofender. (**Ricaurte, 2007**)

1) Estructura

El cuestionario debe poseer una estructura lógica, no se pueden situar las preguntas sin orden, o tal y como nos hayan surgido en el planteamiento de la investigación. Normalmente la estructura que tiene un cuestionario es la siguiente:

- Mensaje de presentación: En el que se identifique la entidad que realiza el estudio y la finalidad de éste.
- Datos de clasificación (principio o final): género, edad, estado civil, ocupación, ingresos, etc.
- Las primeras preguntas deben despertar el interés del encuestado y ser sencillas de responder.
- Las preguntas clave se sitúan en el bloque central.
- Si existen preguntas comprometidas mejor hacia el final.
- Al final (tras las preguntas al entrevistado) se colocan los ítems de control del entrevistador: fecha, hora, duración, observaciones. (**Ricaurte, 2007**)

2) Tipo de preguntas y sus opciones de respuesta

- Preguntas cerradas o dicotómica, en las que sólo puede responder si o no.
- De múltiple elección, aquellas que sugiere las respuestas por las que se ha de optar.

- Abiertas o libres, en las que el encuestado expresa libremente su opinión.
 - Preguntas filtro, para controlar la veracidad de las respuestas o el sentido de escalonamiento de una a otra.
 - De clasificación, para señalar por orden de preferencia las sugerencias que se ofrecen.
- (Ricaurte, 2007)

4. Análisis de la oferta

“La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado”. (Collazos, 2002)

“Respecto a los tipos de oferta están: oferta competitiva o de mercado libre, oferta oligopólica, y la oferta monopolica”. (Collazos, 2002)

Consiste en identificar y analizar el comportamiento y evolución de todos los agentes oferentes del bien o servicio (si los hubiere) en el área de influencia del proyecto.

Entre la información más importante para llevar a cabo el análisis de la oferta, se establecen cuáles son los puntos para realizarlo, en donde, los factores cuantitativos y cualitativos que se requiere conocer tanto propios como de la competencia son: número de productores; localización; capacidad instalada y utilizada; calidad y precio de los productos; planes de expansión; inversión fija y número de trabajadores. (Collazos, J. 2002)

La oferta es la acción que ejercen los vendedores, productores u oferentes que buscan vender u ofrecer su producción de bienes y servicios en el mercado. En este sentido, oferta significa vender, producir u ofrecer bienes, servicios o factores en un mercado determinado. (Collazos, 2002)

La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, aquél los adquiera. Así, se habla de una oferta individual, una de mercado o una total. En el análisis de mercado, lo que interesa es saber cuál es la oferta existente del bien o servicio que se desea introducir al circuito comercial, para determinar si los que se proponen colocar en el mercado cumplen con las características deseadas por el público. (INADEM, 2014)

5. Análisis de la competencia

a. Competencia

- Son todos aquellos proveedores que ofertan productos y servicios similares al que planeamos vender.
- Los aspectos que son indispensables para analizar la competencia son:
- Quiénes son, cuántos son, dónde están y como ofrecen sus servicios.
- Ventajas y desventajas en cuanto a precio, calidad, agilidad, amabilidad entre otros, es decir clasificar nuestras ventajas competitivas.
- Segmento de mercado que atiende y su participación porcentual en ese mercado.
- Información relacionada al nivel de las ventas de la competencia y el tipo de clientes que atiende.
- Tipo de tecnología que aplican y su capacidad instalada
- De qué manera utiliza los mecanismos de promoción y publicidad, por ejemplo conocer a fondo sus catálogos de servicios y canales de comunicación con su clientela.

“Es muy importante considerar que no solamente se deben investigar a los competidores directos, sino también a aquellas empresas que ofrecen servicios complementarios o sustitutos” (Tierra, 2012)

El análisis de la competencia consiste en el análisis de las estrategias, ventajas, fortalezas, debilidades y demás características de los actuales y potenciales competidores, con el fin de que en base a dicho análisis, poder tomar decisiones o diseñar estrategias que permitan competir de la mejor manera posible con ellos. (Komiya, 2013)

b. Aspectos para el análisis de la competencia

Komiya (2013), manifiesta que se toman en consideración los siguientes aspectos:

Localización de la competencia.

Estacionalidad de la oferta.

Líneas de productos.

Capacidad instalada.

6. Confrontación oferta - demanda

“Con la información obtenida anteriormente se procede a realizar el balance demanda oferta, es decir, la determinación de la demanda insatisfecha, que consiste en la diferencia entre la

demanda y la oferta potenciales. Si esta diferencia resulta negativa, entonces se considera que el mercado tiende a ser desfavorable. Si resulta positiva, se considera que el mercado del producto o servicio puede ser favorable, y entonces se procede a determinar la demanda objetivo del proyecto, que normalmente es un porcentaje (menor al 100%), del balance, si éste resultó favorable” (Tierra, 2012)

a. Cálculo de la demanda insatisfecha

Corresponde a la proyección del crecimiento del mercado en el corto, mediano y largo plazo. Así como ayuda a determinar el comportamiento de las tendencias de ciertas variables de segmentación, las proyecciones utilizarán para el cálculo la fórmula del incremento compuesto (Tierra, 2012)

b. Selección de la demanda objetivo

Seleccionar la demanda objetivo implica cuantificar el porcentaje de la demanda potencial a ser captada del mercado. Se recomienda que en una etapa inicial o de lanzamiento de un producto se inicie captando hasta el 10% de la demanda insatisfecha, este porcentaje variará conforme pase el tiempo y función de la capacidad instalada (Tierra, 2012)

C. DETERMINAR LA VIABILIDAD TÉCNICA PARA LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”

1. Producto turístico

De acuerdo con Mincetur (2014), un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

El producto turístico puede incluir diferentes tipos de atractivos: naturales o hechos por el hombre, hoteles, resorts, restaurantes, teatros, actividades, festividades y eventos. De acuerdo a

la OMT, el desarrollo de un producto turístico es un proceso en el que los bienes de un destino en particular se adecuan a las necesidades del mercado. (Mincetur, 2014).

2. Paquete turístico

De acuerdo a Chan (2005), los paquetes turísticos son el conjunto de servicios prestados en base a un itinerario organizado previamente y adquirido a un precio único y global. Se considera como el conjunto de servicios porque al momento de su operación cada programa involucra servicios intermedios como alojamiento, alimentación, transporte y recreación.

3. Etapas en el desarrollo de productos turísticos

El MINCETUR (2014), manifiesta que “el desarrollo de productos turísticos se divide en tres etapas claramente diferenciadas: Planificación, Implementación y comercialización y marketing”

4. Diseño de productos turísticos

MINCETUR (2014) propone que en el diseño de productos turísticos “se busca reconocer acciones concretas que se necesitan llevar a cabo para desarrollar íntegramente el producto turístico elegido, para ello se proponen los siguientes pasos”:

3. Diseño del producto turístico	3.1 Descripción detallada del producto turístico
	3.2 Definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico
	3.3 Evaluación de las condiciones actuales del producto turístico
	3.4. Validación de la propuesta inicial de producto con intermediarios y consumidores
	3.5 Determinación de las necesidades de intervención pública y privada
	3.6. Gráfico del producto turístico

Figura 2. Diseño del producto turístico

5. Las 4 C del Marketing Mix

Robert Lauterborn (1990) profesor de Publicidad de la Universidad de Carolina del Norte, menciona que el marketing evoluciona día a día, al igual que el mercado y planteó el concepto de las 4C. PIXEL, (2013)

Las 4C del marketing, pretenden generar un dialogo con el cliente, en el que este, es más que un receptor de productos. Ya no es suficiente con darle al cliente un buen producto, sino que debemos conocer cuáles son sus necesidades para poder satisfacerlas. PIXEL, (2013)

a. Consumidor o cliente

No se debe fabricar un producto sin saber cuáles son las necesidades del público. El producto solo se venderá si el público lo requiere. El objetivo de cualquier producto o servicio es satisfacer al cliente y generar un producto que esté a la medida de sus requerimientos, es por esto que siempre se debe mantener contacto con el público objetivo para conocer cuáles son las necesidades que se deben satisfacer. PIXEL, (2013)

b. Costo

El cliente no solo busca un buen precio, sino que también evalúa el tiempo y el desgaste que le tomará adquirir un producto o servicio. El precio puede ser importante, pero la satisfacción al adquirir un producto es a veces decisivo. Un producto que tiene un servicio post venta, puede marcar una diferencia positiva, con otro que es mucho más económico. **PIXEL, (2013)**

c. Conveniencia

Se debe tomar en consideración como llegará mejor el producto o servicio al cliente. Es mucho más estimulante para la venta de un producto o servicio, conocer donde le gustaría al cliente adquirirlo, que venderlo en cualquier lugar donde se encuentre. El ambiente adecuado para la compra de un producto o servicio puede ser decisivo para que se desarrolle la compra. **PIXEL, (2013)**

d. Comunicación

Mediante la comunicación se promueve y se divulga las ventajas y beneficios de un producto o servicio que se quiere vender. La comunicación informa y persuade. En la comunicación se define la estrategia de comunicación, es decir, se detectan los medios adecuados para transmitir el mensaje, generando la mayor cantidad de clientes a menor costo. En la estrategia de comunicación el posicionamiento debe ser coherente con lo que se desea transmitir al cliente. La comunicación debe desarrollarse en el lugar correcto, de tal manera, que no interrumpa la actividad del público al que nos vamos a dirigir. La retroalimentación que brindan las redes sociales en la actualidad es muy beneficiosa para conseguir una buena comunicación con el cliente actual y potencial. **PIXEL, (2013)**

D. DETERMINAR LA VIABILIDAD AMBIENTAL Y SOCIAL PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”

1. Impacto ambiental

Se produce cuando una acción o actividad implica una alteración negativa o positiva en el medio ambiente o en alguno de sus componentes. Esta acción o actividad puede ser, por ejemplo, un proyecto con repercusiones ambientales. El impacto que produce el proyecto se puede definir como una diferencia entre dos situaciones del medio ambiente: la situación que tendría en el futuro tras haberse realizado el proyecto y la que tendría si no se hubiese llevado a cabo. El impacto sería la alteración neta (positiva o negativa) en la calidad de vida del ser humano, resultante de esta actuación. (MINTUR, 2004)

2. Impacto Cultural

Es una categoría que define el efecto que produce una determinada acción humana sobre la cultura de un pueblo. Los efectos pueden ser positivos o negativos y se pueden apreciar en la modificación o variación de estructuras sociales que se hallan incorporadas a normas, valores, productos y símbolos culturales. Debemos considerar además que el cambio socio-

cultural es un fenómeno colectivo que afecta a las condiciones o modos de vida de un importante conjunto de individuos. (Noboa, 2003)

E. DETERMINAR LA VIABILIDAD LEGAL, ADMINISTRATIVA PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”

1. Estudio administrativo Legal

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales. Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones o bien para reorganizar las actividades ya definidas. (López, Aceves, Pellat, Puerta, 2014)

F. DETERMINAR LA VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”

1. Estudio económico

a) Indicadores de rentabilidad

Es un método de valoración de inversiones que mide el valor actualizado de los cobros generados, por cada unidad monetaria invertida en el proyecto de inversión. Analíticamente se calcula dividiendo el valor actualizado de los flujos de caja de la inversión por el desembolso inicial. (Iturrioz, 2015)

b) Liquidez

Estos indicadores surgen de la necesidad de medir la capacidad que tienen las empresas para cancelar sus obligaciones de corto plazo. Sirven para establecer la facilidad o dificultad que presenta una compañía para pagar sus pasivos corrientes al convertir a efectivo sus activos corrientes. Se trata de determinar qué pasaría si a la empresa se le exigiera el pago inmediato de todas sus obligaciones en el lapso menor a un año. De esta forma, los índices de liquidez aplicados en un momento determinado evalúan a la empresa desde el punto de vista del pago inmediato de sus acreencias corrientes en caso excepcional. (SC, 2015)

c) Índices de Rotación

Estos indicadores tienen por objetivo medir la eficiencia con la cual las empresas utilizan sus recursos. De esta forma, miden el nivel de rotación de los componentes del activo; el grado de recuperación de los créditos y del pago de las obligaciones; la eficiencia con la cual una empresa utiliza sus activos según la velocidad de recuperación de los valores aplicados en ellos y el peso de diversos gastos de la firma en relación con los ingresos generados por ventas. (SC, 2015)

d) Balance general

Es el documento contable que presenta la situación financiera de un negocio en una fecha determinada. El Balance general presenta la situación financiera de un negocio, porque muestra clara y detalladamente el valor de cada una de las propiedades y obligaciones, así como el valor del capital. La situación financiera de un negocio se advierte por medio de la relación que haya entre los bienes y derechos que forman su Activo y las obligaciones y deudas que forman su pasivo (UAL, 2015)

e) Balance de resultados

Muestra los flujos de ingresos y gastos habidos durante el periodo transcurrido entre la fecha en que se elabora el balance inicial y aquella en que se elabora el balance final. (UNAM, 2015)



2. Viabilidad financiera

El estudio de la viabilidad económica no es otra cosa que la evaluación del proyecto. En esta parte se calcula la rentabilidad del proyecto. Para ello, se utilizan diversos indicadores, los más usados son el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), también se puede usar la razón Beneficio Costo (B/C), indicadores de Costo Efectividad o de Período de Recuperación de la Inversión.

En este estudio se debe evaluar económicamente todas las opciones encontradas en los estudios anteriores. Es necesario analizar todas las alternativas que resulten de combinar las diversas opciones técnicas, financieras, de gestión y de mercado encontradas en los respectivos estudios de viabilidad. A veces una opción técnica que fue desechada en el correspondiente estudio de viabilidad, puede resultar conveniente al hacer un análisis integrando opciones de gestión, de mercado, legales y financieras. (DCMEFT, 2014)

En esta parte se ordenan los ítems de inversiones, de ingresos de operación (información que proporciona el estudio de mercado), los costos de operación, impuestos, depreciación, etc. Con estos ítems ordenados se construyen los flujos netos de ingresos futuros, que son el insumo básico utilizado en la evaluación económica del proyecto. (DCMEFT, 2014)

El estudio de la viabilidad financiera no es otra cosa que ver si existe suficiente dinero para financiar los gastos e inversiones que implica la puesta en marcha y operación del proyecto. (DCMEFT, 2014)

El estudio de viabilidad financiera debe mostrar que con las diferentes fuentes de financiamiento a las que puede acceder el proyecto, es posible financiar todas las etapas del mismo. Estas fuentes pueden ser propias (capital aportado por los mismos socios), bancos, financieras, cooperativas de ahorro y crédito, fuentes externas, etc. (DCMEFT, 2014)

3. Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno o de Rentabilidad (TIR), es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje. (Iturrioz, 2015)

4. Valor Actual Neto

El Valor Actualizado Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas. (Iturrioz, 2015)

5. Relación beneficio costo

La relación Beneficio/Costo es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto (ingresos) entre el valor actualizado de los costos (egresos) a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable (TREMA), a menudo también conocida como tasa de actualización o tasa de evaluación. (AgroProyectos, 2015)

6. Período de recuperación del capital.

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

El período de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. (Vaquiro, 2010)

Fuente: Datos IGM 2010.

2. Ubicación Geográfica

Para el presente trabajo se han tomado las coordenadas de ubicación de los cantones Riobamba, Guano y Penipe. De acuerdo al Sistema de Coordenadas UTM, Zona 17s, datum WGS 84.

a. Ubicación del Cantón Riobamba

Latitud: 761528

Longitud: 9815291

Altitud: 2759 msnm

b. Ubicación del Cantón Guano

Latitud: 762039

Longitud: 9822144

Altitud: 2760 msnm

c. Ubicación del Cantón Penipe

Latitud: 774651

Longitud: 9826758

Altitud: 2440 msnm

3. Superficie

Tabla 3. Superficie de la Mancomunidad

PARROQUIA	ÁREA (km ²)	HECTÁREAS	POBLACIÓN
San Gerardo	6,40	640,19	2439
Cubijés	12,54	1254,35	2514
Quimiag	139,51	13950,78	5257
Guanando	12,04	1203,56	341
Bayushig	3,90	389,79	1101
La Candelaria	86,04	8604,05	475
TOTAL	260,43	26042,72	12127

Fuente: INEC, 2010

4. Límites

La mancomunidad limita:

Al Norte: con la Provincia de Tungurahua.

Al Sur: con el Cantón Chambo.

Al Este: con las parroquias Bilbao, Puela, El Altar, Matus, Penipe y la Provincia de Morona Santiago y,

Al Oeste: con las Parroquias Galán, Chazo, Ilapó, Guano y Riobamba.

5. Condiciones meteorológicas

a. **Clima**

Se caracteriza por presentar una heterogeneidad climática, así sobre los 4.600 m.s.n.m. es de tipo glacial: entre los 3.000 y 4.000 m.s.n.m. es de páramo. Bajando a los 2.000 m.s.n.m. encontramos un clima meso-térmico seco: en las zonas cercanas a la costa predomina un clima de tipo meso-térmico húmedo y semi-húmedo. La temperatura promedio es de 13 °C.

b. **Orografía.**

Esta provincia contempla una serie de cadenas montañosas que unen los ramales principales de la Cordillera de los Andes. Destaca el nudo de Tiocajas, de las hoyas de Chambo y Chanchán. Las elevaciones importantes son el Chimborazo, el Carihuayrazo, el Altar, entre otras.

c. **Hidrografía.**

El principal sistema hidrográfico del norte de la provincia lo constituye el río Chambo y sus afluentes, los ríos Guamote, Chibunga, Guano, Sicalpa, San Juan y Blanco.

6. Características Ecológicas

De acuerdo a la clasificación de Los Ecosistemas del Ecuador Continental del Ministerio del Ambiente (2012). En la mancomunidad existe: Arbustal siempreverde montano del norte de

los Andes (AsMn), Arbustal siempreverde y Herbazal del Páramo (AsSn), Bosque siempreverde del Páramo (BsSn), Bosque siempreverde montano alto del Norte de la Cordillera Oriental de los Andes (BsAn), Herbazal del Páramo HsSn, Herbazal húmedo montano alto superior del Páramo (HsSn), Herbazal y Arbustal siempreverde subnival del Páramo (HsNn).

7. Materiales y equipos

a. Materiales.

Libreta de campo, esferográfico, resma de papel bond, lápiz, borrador, marcadores, papelotes, cinta adhesiva y tinta de impresora.

b. Equipos.

Computadora, impresora, copiadora, cámara fotográfica, cámara filmadora, flash memory y GPS.

c. Sistemas informáticos

Paquete de Office 2010, SPSS 20, ArcGis 10.2, Auto CAD, AdobePhotoshop, etc.

B. METODOLOGÍA

La presente es una investigación fundamentalmente aplicada, de tipo no experimental, que se llevó a cabo usando técnicas de revisión bibliográfica y de campo a un nivel exploratorio, descriptivo, analítico y prospectivo; cuyos objetivos se cumplieron de la siguiente manera.

1. Evaluar el potencial turístico de la Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes”

a. Delimitación del área de estudio para diseño de los productos

Se definió el ámbito de intervención territorial, para lo cual se caracterizará el territorio de la mancomunidad; información que se detalla en un mapa de ubicación y delimitación diseñado en el sistema cartográfico ArcGis.

b. Diagnóstico de la situación turística de la Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes”

Para realizar el diagnostico situacional se utilizaron la metodología SEMPLADES, 2015, los datos se recopilaron de fuentes de información primaria y secundaria relacionadas con los aspectos: físico-espacial, Socio-Cultural, económico- productivo y político administrativo.

c. Análisis situacional: elaboración de la matriz FODA

Se determinó la situación turística a través de la elaboración de la matriz FODA en donde se identificó los factores positivos y negativos de los elementos del Sistema Turístico utilizando la información trabajada en el diagnostico situacional, que influyen directa e indirectamente en el desarrollo turístico parroquial.

d. Elaboración de la matriz CPES

Se trabajó en la solución de los problemas identificados en la matriz FODA por medio de la matriz CPES en donde se determinó los problemas, causas, efectos y sus posibles soluciones.

e. Validación del inventario de atractivos turísticos de la Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes”

Se validó la información de los atractivos turísticos naturales y culturales, misma que se encuentra en la práctica “Diseño de Circuitos Turísticos para la Mancomunidad Corredor

Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes”, que fueron realizados en las parroquias que conforman la mancomunidad en el año 2015. Para la validación se realizaron salidas de campo que permitieron verificar la información contenida en las fichas de los inventarios turísticos disponibles, para la evaluación y jerarquización se utilizó la metodología (MINTUR, 2004) que se describe a continuación.

1) Evaluación y jerarquización

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente y se jerarquiza de la siguiente manera:

a) Jerarquía IV: Entre 100 y 75 puntos

Atractivo excepcional y de gran significado para el mercado turístico nacional e internacional, capaz por sí sólo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

b) Jerarquía III: Entre 50 y 74 puntos

Atractivo con rasgos excepcionales de un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje al internacional, ya sea por sí solos o en un conjunto con otros atractivos contiguos.

c) Jerarquía II: Entre 25 y 49 puntos

Atractivos con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de largas distancias, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

d) Jerarquía I: Entre 1 y 24 puntos

Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elemento que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integren el espacio turístico (MINTUR, 2004)

Posteriormente se elaboró la matriz resumen de atractivos turísticos naturales y culturales sobresalientes.

f. Declaratoria de imagen turística de la Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes”

Es la declaratoria de la aptitud turística de un sitio, considerando la jerarquía de los atractivos. A través de la imagen turística se establecerá cuales son las características más relevantes de un sitio que lo hace propicio para la actividad turística. (Garces, 1995)

Se Analizó la información contenida en las fichas de inventario de atractivos turísticos, con la que se procedió hacer la declaratoria de imagen turística de la mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes” mediante un análisis cuantitativo de la categoría, estado de conservación y jerarquía.

g. Índice de Potencial Turístico

Para determinar el Índice de Potencial Turístico se analizó los resultados del inventario de recursos turísticos, posteriormente se realizó un análisis y ponderación de las jerarquías considerándose los siguientes criterios, Metodología planteada por la Dra. Farías Estela (2004) del índice de Morales y Varela (1986), adaptados para el Plan de Gestión de la red de senderos ecoturísticos de la Sierra de San Javier, Tucumán- Argentina.:

- Descripción de atractivo
- Atractivos individuales
- Permisos y restricciones
- Unicidad
- Introducción de especies
- Vulnerabilidad de las especies
- Erosionabilidad
- Usos actuales
- Usos potenciales
- Necesidades turísticas
- Impactos positivos
- Impactos negativos
- Estado de conservación del entorno
- Facilidades turísticas

- Accesibilidad
- Nivel de control y vigilancia
- Frecuencia de monitoreo
- Infraestructura básica
- Posicionamiento

Para el IPT, se estableció los parámetros mediante siglas mismos que se detallan a continuación y se aplicó para cada recurso natural identificado de la siguiente manera.

Tabla 4. Siglas de los parámetros del IPT

Nº	SIGLA	PARÁMETRO
1	DA	Descripción de atractivo
2	AI	Atractivos individuales
3	PYR	Permisos y restricciones
4	UN	Unicidad
5	ISP	Introducción de especies
6	VSP	Vulnerabilidad de las especies
7	ER	Erosionabilidad
8	UA	Usos actuales
9	UP	Usos potenciales
10	NT	Necesidades turísticas
11	EC	Estado de conservación
12	EN	Entorno
13	FT	Facilidades turísticas
14	ACC	Accesibilidad
15	NCV	Nivel de control y vigilancia
16	FM	Frecuencia de monitoreo
17	IB	Infraestructura básica
18	PS	Posicionamiento

Fuente: Fuente Barreto Pamela, 2015 (Diseño de Circuitos Turísticos en el Refugio de Vida Silvestre Manglares Estuario del Río Muisne).

Luego se establecieron los criterios de puntuación de los parámetros de IPT mismo que se detalla en el ANEXO N° 6.

Además para establecer la escala de IPT se aplicó y adoptó el método de evaluación sumarias basándose en la adaptación de (Castro & Lozano, 2015) mediante un análisis cualitativo y cuantitativo, el mismo que se resume en el siguiente cuadro:

Tabla 5. Escala del Índice de potencial turístico

ESCALA DEL ÍNDICE DE POTENCIAL TURÍSTICO			
IPT	Rango (1-55)	Rango (0,01-1,00)	Significado
Muy Bajo	1-11 puntos	0,01-0,20	Recursos que no cuentan con las condiciones para ser aprovechados turísticamente
Medio Bajo	12-22 puntos	0,21-0,40	Recursos que cuentan con condiciones insuficientes para ser aprovechados turísticamente
Medio Alto	23-33 puntos	0,41-0,60	Recursos que cuentan con las condiciones aceptables para ser aprovechados turísticamente
Alto	34-44 puntos	0,61-0,80	Recursos que cuentan con las condiciones adecuadas para ser aprovechados turísticamente
Muy Alto	45-55 puntos	0,81-1,00	Recursos que cuentan con condiciones excepcionales para ser aprovechados turísticamente

Fuente: Castro & Lozano , 2015

2. Determinar la viabilidad comercial para la creación de productos turísticos en la Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes”

a. Análisis del mercado turístico

1) Análisis de la oferta

El análisis de la oferta turística se efectuó en base a sus dos componentes que son:

a) Análisis de la oferta turística actual

Para determinar la oferta turística de la mancomunidad, se acudirá a fuentes de información primaria y secundaria tales como visitas de campo y catastro turísticos, en el proceso se

realizará un análisis de los componentes del sistema turístico como son: actividades/atractivos, infraestructura, planta turística.

b) Análisis de la oferta sustitutiva

Para determinar la oferta sustitutiva y en qué porcentaje se encuentran en el mercado, se han considerado a los principales prestadores de servicios turísticos de los cantones Baños, Colta, Guamote, Puyo y Tena poniendo énfasis a los que se encuentran organizados de manera comunitaria debido a que la mancomunidad tendría una forma operativa similar y también debido a la cercanía con los territorios que conforman la Mancomunidad.

Se caracterizó los siguientes datos: Razón social, ubicación, servicios que ofertan, ingreso anual de turistas si es que se dispone, actividades principales que ofertan, etc.

c) Análisis de la oferta complementaria

La oferta complementaria lo constituyen todos los prestadores de servicios turísticos de la ciudad de Riobamba y los establecimientos de servicios turísticos que se encuentran ubicados en el corredor principal de la mancomunidad.

2) Análisis de la demanda

a) Determinación del universo y muestra de estudio

Debido a la presencia de atractivos de jerarquía I y II que llaman la atención de la población local y regional registrados de acuerdo a estudios de inventarios turísticos anteriores; a la poca afluencia de visitantes y a la inexistencia de registros de ingresos de turistas a estos territorios se optó por utilizar la información de la población que se encuentra en condiciones económicas media y alta de las poblaciones urbanas de la zona 3.

b) Cálculo de la muestra

Para obtener el tamaño de la muestra, se empleó la fórmula propuesta por Canavos, considerando un margen de error del 5% y varianza del 1,96.

c) Distribución de la muestra

Para la distribución de la muestra, se tomó los porcentajes de los estratos económicos medio y alto de las poblaciones urbanas de la zona 3.

d) Aplicación de la encuesta

El instrumento empleado para el análisis de la demanda fue el cuestionario y como técnica la encuesta la que fué desarrollada en base a la matriz para estudio de mercado desarrollada de forma previa.

El número de encuestas a ser aplicadas se determinó de acuerdo al resultado que arrojó el cálculo de la muestra.

Las encuestas fueron aplicadas en las ciudades de Riobamba, Ambato y El Puyo.

e) Caracterización de la demanda

En base al análisis y la tabulación de la información obtenida con la aplicación de la encuesta, se procedió a determinar el perfil del visitante, identificando características psicográficas, socio-demográficas y motivacionales, dichas características sirvieron para la creación de los productos turísticos.

Además se realizó el cruce de las variables edad y actividades que le gustaría realizar con el objetivo de priorizar los productos que se debían crear para los diferentes segmentos de la demanda.

3) Confrontación oferta vs demanda

Para llevar a cabo la confrontación de la oferta vs la demanda, se realizaron las siguientes acciones:

a) Cálculo de proyecciones

Las proyecciones de la oferta y la demanda se realizarán utilizando la fórmula del incremento simple.

Para las proyecciones de los segmentos se utilizó el índice de crecimiento poblacional en el Ecuador que es de 1,6% de acuerdo a datos del INEC 2014.

i. Fórmula del incremento simple

$$Co = Cn * i * t$$

Co= Años a proyectar

Cn= Demanda actual de turistas: Regional

i= Incremento poblacional

n= El año a proyectarse (1-5)

b) Demanda potencial

La demanda potencial se calculó en base al porcentaje de aceptación, obtenido mediante la aplicación de encuestas, a la población de los niveles socio económico medio y alto de las ciudades urbanas Ambato, Riobamba y Puyo que pertenecen a la zona 3, datos que se proyectarán a 10 años.

c) Demanda insatisfecha proyectada

Debido a que la oferta sustitutiva no posee un registro de entradas de turistas, no se cuenta con datos para establecer la demanda insatisfechas por lo que se procede hacer el calculo de la demanda objetivo.

d) Demanda Objetivo

La demanda objetivo se obtuvo mediante un porcentaje de cuota de mercado al que queremos alcanzar con nuestros productos, este porcentaje se determinó tomando en cuenta varios factores del territorio, uno de los más importantes fue la planta turística y el número de plazas que posee.

3. Determinar la viabilidad técnica para la creación de productos turísticos en la Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes”

a. Identificación y descripción de sitios de importancia para la visita

Para la identificación y descripción de los sitios promisorios de visita se cumplió los siguientes pasos:

- Se realizó el análisis de los datos obtenidos en el cumplimiento del objetivo dos (viabilidad comercial) lo que sirvió para determinar sitios de visita y posibles recorridos.
- Considerando el inventario de atractivos turísticos, planta turística, infraestructura básica y facilidades turísticas, que poseen las parroquias que conforman la mancomunidad, se pudo identificar y describir los sitios en donde se pueden realizar actividades turísticas integrando los recursos tanto naturales como culturales existentes.

b. Objetivo y concepto del producto

El objetivo y el concepto del producto han sido establecidos en base a la información obtenida en el cumplimiento del objetivo 1 y la identificación y descripción de sitios promisorios de visita además del aporte que representará para el desarrollo de la actividad turística en la Mancomunidad.

c. Potencialidades turísticas

Para determinar las potencialidades turísticas se cumplió los siguientes pasos:

- ☐ Considerando las características de los atractivos, jerarquía, ubicación, planta turística, infraestructura básica, facilidad de acceso e importancia para los pobladores se determinó las actividades principales que se pueden realizar en los sitios promisorios de visita.
- ☐ Se determinó en base a las exigencias del segmento turístico establecido en el estudio de mercado, los establecimientos turísticos de hospedaje alimentación, recreación y transporte que prestarán sus servicios en el desarrollo de las actividades del producto turístico.
- ☐ Se estructuraron 7 paquetes turísticos con sus respectivos análisis de costos acordes a: potencialidad turística de cada parroquia, infraestructura básica y planta turística disponible, sitios promisorios de visita, y estudio de mercado.
- ☐ Además se determinaron las localidades receptoras y quiénes serán las personas naturales y jurídicas (públicos y privados) que trabajarán como entes gestores del producto.

d. Determinación de las necesidades de intervención pública y privada

Para establecer los requerimientos necesarios se cumplió los siguientes pasos:

Con la visita a cada uno de los sitios y en base a las características propias del lugar y la información referente a los atractivos turísticos que conformarán el producto se determinaron: infraestructura básica para la visita y operación, y actividades a realizarse.

Para el diseño del sistema de señalética se revisaron los reglamentos, y leyes que regulan la colocación de rótulos en zonas públicas, privadas y espacios naturales, considerando el Manual de Señalización para el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado establecido por el Ministerio del Ambiente del Ecuador, y según los principios normas y técnicas de interpretación del patrimonio, se determinaron los materiales más adecuados para

realizar el diseño de las señales interpretativas, orientativas y restrictivas, el diseño conceptual y gráfico del sistema de señalética utilizando el software AutoCad 2015.

e. Estrategias de promoción y publicidad

Con la revisión de la información obtenida en las distintas etapas del proyecto y el resultado de la información proporcionada en el estudio de mercado, se han propuesto distintas estrategias de promoción y publicidad, las mismas que se basarán utilizando los componentes del Marketing mix (costo, conveniencia, consumidor y comunicación).

Aplicar las 4C puede mejorar las ventas de productos o servicios, ya que nos permitirá acercarnos al cliente y mostrará una mayor preocupación por ellos que por el producto en sí, generando así la fidelización deseada.

4. Determinar la viabilidad ambiental y social para la creación de productos turísticos en la Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes”

Para elaborar el estudio ambiental se cumplió los siguientes pasos:

Se utilizó la matriz de Lázaro Lagos (1999) con la cual se evaluó el grado de impacto ambiental que podría causar en los componentes ambientales (aire, agua, suelo, fauna, flora, socioeconómico y paisaje) la implementación del proyecto.

Con la interacción de la relación causa y efecto se analizó la magnitud de la alteración, el grado de impacto y su importancia; lo que sirvió para proponer acciones que servirán para reducir los impactos negativos que se puedan generar en la actividad turística.

5. Determinar la viabilidad legal, administrativa para la creación de productos turísticos en la Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes”

a. Estudio legal

En este estudio, se analizó la estructura legal con la que se pueda operar los productos turísticos, considerando el marco normativo relacionado con el sector turístico para la legalización y el funcionamiento de los productos.

b. Estudio administrativo

El estudio se desarrolló mediante talleres participativos con las diversas entidades de la parroquia y la población, en donde se definirá los siguientes aspectos.

- El organigrama estructural y funcional.
- Talento humano y remuneración económica.
- Manual de funciones y competencias laborales.
- Reglamento para empleados y visitantes.

6. Determinar la viabilidad económica y financiera para la creación de productos turísticos en la Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes”

a. Estudio económico

Para realizar este análisis se establecerán todos los gastos que se generarían en la implementación de los productos, mediante el análisis de los siguientes aspectos:

- Activos fijos, diferidos y capital de trabajo.
- Fuentes de financiamiento y uso de fondos.
- Presupuesto de costos y gastos.
- Costos.
- Ingresos.
- Estado de resultados.
- Flujo de caja del proyecto.
- Punto de equilibrio.

b. Evaluación financiera

Con la evaluación financiera se determinará la rentabilidad de la inversión y se definirá mediante el cálculo y análisis de los siguientes parámetros:

1) Tasa interna de retorno

Se determinará la rentabilidad del capital invertido mediante la fórmula de cálculo del valor presente neto.

2) El valor actual neto (VAN)

Para tener la seguridad que el proyecto generará un flujo de caja suficiente para cubrir la inversión inicial, se aplicará el cálculo del valor actual neto.

3) Relación beneficio-costos

Se determinará si la inversión del proyecto será aceptable o no, aceptable si el valor de la Relación Beneficio/Costo es mayor o igual que 1.0. Si obtenemos un valor igual a 1.0 significa que la inversión inicial se recuperará satisfactoriamente después de haber sido evaluado a una tasa determinada, y quiere decir que el proyecto será viable, si es menor a 1 no presentará rentabilidad, ya que la inversión del proyecto jamás se podrá recuperar en el periodo establecido evaluado a una tasa determinada; en cambio si el proyecto es mayor a 1.0 significa que además de recuperar la inversión y cubrir la tasa de rendimiento se obtendrá una ganancia extra, un excedente en dinero después de cierto tiempo del proyecto.

a. Período de recuperación del capital

Se determinará el número de años necesarios para recuperar la inversión inicial a partir de los flujos netos de caja generados y el horizonte temporal de vida útil del producto.

IV. RESULTADOS

A. EVALUAR EL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”

1. Diagnóstico Situacional De La Mancomunidad

a. Ámbito Biofísico

El ámbito donde se realiza el estudio lo constituyen los territorios de las parroquias que conforman la Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes” constituida por las siguientes parroquias: San Gerardo, Cubijes, Quimiag, Guanando, Bayushig y la Candelaria.

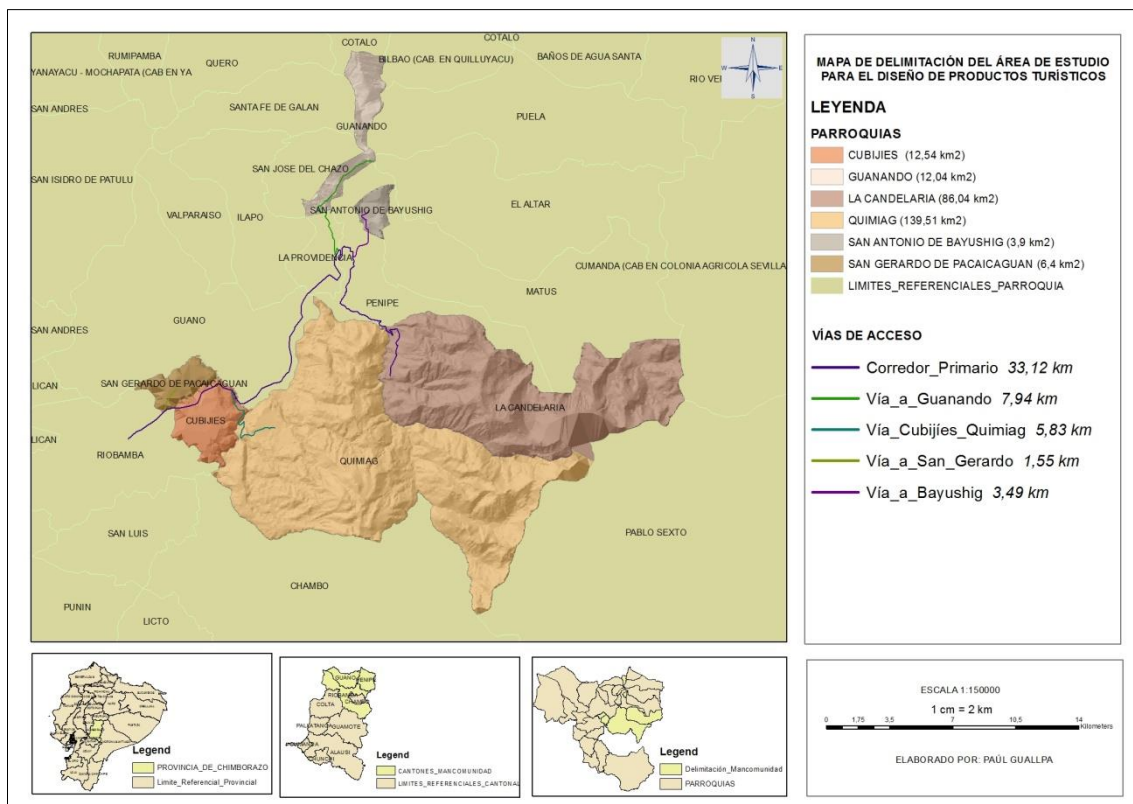


Figura 4. Mapa del Ámbito de estudio

Fuente: CONALI, 2014

1) División Político Administrativa

La Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes” tiene una extensión aproximada de 260,42 Km², que comprende 26042,36 hectáreas, está formado por seis parroquias San Gerardo, Guanando que pertenecen al cantón Guano, Cubijies, Quimiag, que pertenecen al cantón Riobamba, Bayushig y la Candelaria, que pertenecen al cantón Penipe. Se encuentra ubicado en la provincia de Chimborazo, encontrándose dentro de la región interandina del Ecuador.

2) Límites

La Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes” tiene los siguientes Límites:

Al Norte: con la Provincia de Tungurahua.

Al Sur: con el Cantón Chambo.

Al Este: con las parroquias Bilbao, Puela, El Altar, Matus, Penipe y la Provincia de Morona Santiago y,

Al Oeste: con las Parroquias Santa Fé de Galán, San José de Chazo, Ilapó, Guano y Riobamba.

3) Vías de Acceso

La principal vía de acceso a la Mancomunidad considerado como corredor principal que une los territorios que forman la mancomunidad es la vía que conecta la ciudad de Riobamba con la parroquia La Candelaria, además existen vías que conectan a cada una de las parroquias desde la vía principal: a continuación se detalla las principales vías de acceso.

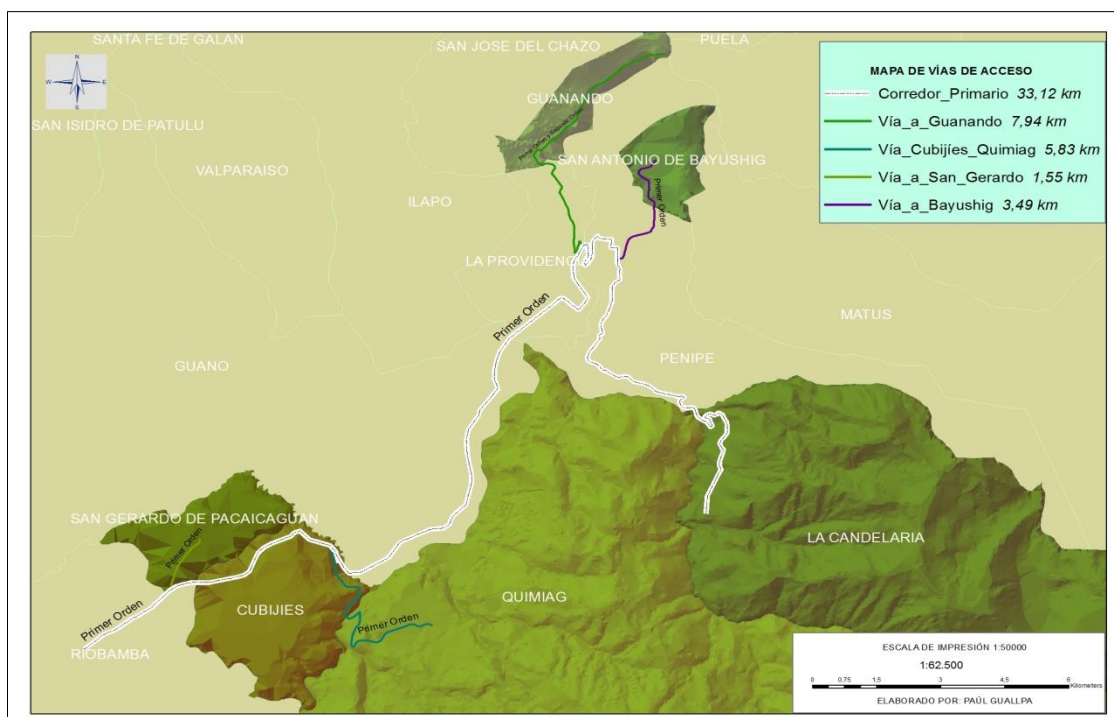


Figura 5. Mapa de vías de Acceso

Fuente: IGM, 2014

Tabla 6. Principales vías de acceso a la mancomunidad

Vía de acceso	Longitud (km)	Tipo	Estado
Vía Riobamba – La Candelaria	33,12	Primer Orden y Segundo Orden	Bueno
Vía a Guanando	7,94	Primer Orden y Segundo Orden	Bueno
Vía Cubijies - Quimiag	5,83	Primer Orden	Bueno
Vía a San Gerardo	1,55	Primer Orden	Bueno
Vía a Bayushig	3,49	Primer Orden	Bueno

Fuente: IGM, 2014

Realizado por: Paúl Gualpa.

De acuerdo la tabla 6, la mancomunidad posee un corredor principal que une la ciudad de Riobamba, capital de la provincia de Chimborazo con la parroquia la Candelaria, vía de primer orden con 33,12 km de longitud. En el trayecto existen vías que conectan hacia las otras parroquias, entre estas están la vía de primer orden hacia la parroquia San Gerardo con 1,55 km, la vía que une la parroquias de Cubijies y Quimiag con 5,83 km, la vía hacia la parroquia Guanando con 7,94 km de longitud y la vía hacia la parroquia Bayushig con 3,49 km. Todas estas vías en su mayoría son de primer orden y se encuentran en buen estado.

4) Superficie

Tabla 7. Superficie de los asentamientos humanos

Parroquia	Población	Superficie (km²)	Hectáreas
San Gerardo	2439	7.12	712
Cubijíes	2783	11.64	1.164,34
Quimiag	5257	139.49	13 949,63
Guanando	341	15.55	1555
Bayushig	1124	3.90	389,78
La Candelaria	475	8603,93	86.04
TOTAL	12419	8781,63	17856,79

Fuente: IGM 2014

Realizado por: Paúl Gualpa

b. Ámbito Socio Cultural

1) Etnicidad y población

De acuerdo a la información proporcionada por el INEC se puede constatar que la población total de la Mancomunidad es de 12127 habitantes, de los cuales 1700 se auto identifican como indígenas con 14.02% de representatividad, 74 son afro ecuatorianos mismos que constituyen el 0.61% de la población, el grupo más representativo que constituye el 83.71% son los mestizos con 10151 personas, 18 son mulatos representa el 0.15% de habitantes, 142 son blancos representa el 1.17% de habitantes, 36 son Montubios representan el 0.30% de habitantes, 6 tienen otra auto identificación y representan el 0.05% de la población.

Tabla 8. Auto identificación étnica

PARROQUIA	INDÍGENA	AFRO ECUATORIAN	MESTIZA	MULATO	BLANCO	MONTUBIO	OTRO	TOTAL
SAN GERARDO	51	22	2308	2	39	11	6	2439
CUBIJÍES	26	11	2423	2	45	7	0	2514
QUIMIAG	1619	29	3548	4	43	14	0	5257
GUANANDO	0	0	338	0	3	0	0	341
BAYUSHIG	1	12	1074	10	2	2	0	1101
LA CANDELARIA	3	0	460	0	10	2	0	475
TOTAL	1700	74	10151	18	142	36	6	12127

Fuente: INEC, 2010

Realizado por: Paúl Gualpa

2) Población por rangos de edad

De acuerdo a los rangos de edad proporcionado por el INEC, la población de la mancomunidad es relativamente joven con una población predominante de 15 a 19 años de edad que representa el 10,40%, seguida por la población que se encuentra entre los 10 a 14 años con el 10,37% de representatividad, lo está el grupo que encuentra entre los 5 a 9 años con el 9,70 % de representatividad y grupo que va 20 a 24 años de edad que constituye el 8,06%, los otros grupos de edades tienen menos del 8% de representatividad.

Además es importante mencionar que el género femenino es el predominante representado por el 52,91% de la población y en menor porcentaje el género masculino con el 47,09%.

La territorio con mayor número de pobladores es la parroquia Quimiag con 5257 habitantes que constituye el 43,35%, seguida por la parroquia Cubujies con 2514 habitantes que constituye el 20,73%, en menor cantidad están las parroquia de San Gerardo con 2439 habitantes esto constituye el 20,11%, la parroquia de Bayushig con 1101 habitantes que constituye el 9.08%, la parroquia de La Candelaria tiene 475 habitantes con 3,92% de representatividad y la parroquia Guanando con menor cantidad de habitantes, 341 personas que representa el 2,81% del total de habitantes

Tabla 9. Distribución de la población por rangos de edad

PARROQUIAS	San Gerardo		Cubujies		Quimiag		Guanando		Bayushig		Candelaria		TOTALES DE POBLACIÓN
GRUPOS DE EDAD	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	
Menor a 1 año	8	16	23	15	41	34	0	3	11	4	3	5	163
De 1 a 4 años	108	85	94	89	190	189	10	8	33	38	12	20	876
De 5 a 9 años	134	117	144	124	243	276	16	14	36	35	16	21	1176
De 10 a 14 años	116	125	142	127	287	267	15	13	52	64	29	20	1257
De 15 a 19 años	117	140	134	134	269	308	13	6	45	38	22	35	1261
De 20 a 24 años	98	121	88	126	202	207	10	10	32	36	32	15	977
De 25 a 29 años	83	93	81	98	150	212	13	11	32	35	12	12	832
De 30 a 34 años	76	101	56	98	132	171	6	7	38	41	14	14	754
De 35 a39 años	51	57	66	96	127	133	9	11	20	30	13	13	626
De 40 a 44 años	51	77	58	83	117	116	13	9	22	25	16	8	595
De 45 a 49 años	50	59	55	58	96	116	5	7	26	30	8	14	524
De 50 a 54 años	46	48	37	59	115	127	12	6	27	33	17	9	536
De 55 a 59 años	25	49	42	49	136	139	7	13	16	27	10	7	520
De 60 a 64 años	20	44	25	47	98	111	13	8	29	35	5	9	444
De 65 a 69 años	34	51	28	44	102	88	11	9	17	38	7	13	442
De 70 a 74 años	34	50	27	43	79	84	9	6	24	25	9	6	396

De 75 a 79 años	28	38	27	33	58	66	5	9	21	20	7	7	319
De 80 a 84 años	20	32	7	25	46	54	9	6	17	15	4	4	239
De 85 a 89 años	5	24	10	10	24	31	3	1	14	8	2	2	134
De 90 a 94 años	1	6	3	5	5	7	4	0	4	7	1	1	44
De 95 a 99 años	1	0	0	3	0	2	0	1	1	0	0	1	9
De 100 años y mas	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	3
TOTAL	1106	1333	1148	1366	2518	2739	183	158	517	584	239	236	12127

Fuente: INEC, 2010

Realizado por: Paúl Gualpa

3) Estructura familiar

La Mancomunidad, tiene 3431 jefes de familia entre hombres y mujeres. De los cuales la mayor parte de la estructura familiar están encabezados por jefes hombres en un 70%; sin embargo un número bastante considerable de mujeres están de cabeza de hogar en un 30%; las causas son varias, como el ser madres solteras, divorciadas o viudas.

Tabla 10. Jefes de hogar de acuerdo al género

Jefes de hogar			
PARROQUIA	M	F	TOTAL
San Gerardo	446	227	673
Cubijies	446	229	675
Quimiag	1105	375	1480
Guanando	86	30	116
Bayushig	226	131	357
La Candelaria	103	27	130
TOTAL	2412	1019	3431

Fuente: INEC, 2010

Realizado por: Paúl Gualpa

4) Migración y país de destino

En la mancomunidad existe un total de 133 migrantes, de los cuales 85 personas han viajado hacia España en un 64%, hacia EEUU 36 personas un 27%, hacia Italia 4 personas el 3%, hacia México 1 persona con el 1% y un grupo de personas que no especifican el país hacia donde han emigrado.

Tabla 11. Migrantes y país de destino

PARROQUIAS	México	España	Italia	Francia	EEUU	Venezuela	SinEspecificar	MIGRANTES
San Gerardo		12		1			1	14
Cubijies	1	19	2					22
Quimiag		28			35	2	2	67
Guanando		8	2					10
Bayushig		14			1		1	16
La Candelaria		4						4
TOTAL	1	85	4	1	36	2	4	133

Fuente: INEC, 2010

Realizado por: Paúl Gualpa

5) Servicios Básicos

a) Agua

El 23% de la población tiene acceso al agua de la red pública, el 3% lo obtiene de pozo, el 23% de río, vertiente, acequia o canal, el 49% de carro recolector, y el 4% lo obtiene de otra forma.

Tabla 12. Procedencia principal del agua recibida

PARROQUIAS	De red pública	De pozo	De río, vertiente, acequia o canal	De carro repartidor	Otro (lluvia, albarrada)	TOTAL
San Gerardo	306	55	196	47	63	667
Cubijies	295	21	310	16	30	672
Quimiag	431	78	924	3	37	1473
Guanando	50	18	44	1	3	116
Bayushig	321	0	19	0	6	346
La Candelaria	110	1	16		1	128
TOTAL	1513	173	1509	3195	140	3402

Fuente: INEC, 2010

Realizado por: Paúl Gualpa

b) Saneamiento

El 17% de las viviendas se encuentra conectado a la red pública de alcantarillado, el 28% está conectado a pozos sépticos, el 30% está conectado a pozos ciegos, el 1% tiene conexión directa al mar, río, lago o quebrada, el 4% a letrina y el 21% no tiene un sistema de saneamiento.

Tabla 13. Sistema de saneamiento de la vivienda

PARROQUIAS	Conectado a red pública de alcantarillado	Conectado a pozo séptico	Conectado a pozo ciego	Conexión directa al mar, río, lago o quebrada	Letrina	No tiene	TOTAL
San Gerardo	88	239	75	1	14	250	667
Cubijes	139	260	130	9	16	118	672
Quimiag	111	295	707	6	94	260	1473
Guanando	20	7	6	0	20	63	116
Bayushig	152	112	63	0	3	16	346
La Candelaria	69	23	25	2	4	5	128
TOTAL	579	936	1006	18	151	712	3402

Fuente: INEC, 2010

Realizado por: Paúl Gualpa

c) Manejo de desechos solidos

El 15% de los hogares eliminan los desechos mediante carro recolector, el 27% lo arrojan en el terreno baldío, el 48% lo queman, el 8% lo entierran, el 1% lo arrojan al río, acequia o canal y el 1% los eliminan de otra forma.

Tabla 14. Manejo de desechos que producen

PARROQUIAS	Por carro recolector	La arrojan en terreno baldío o quebrada	La queman	La entierran	La arrojan al río, acequia o canal	De otra forma	TOTAL
San Gerardo	136	224	234	67	2	4	667
Cubijes	113	185	328	20	15	11	672
Quimiag	101	292	946	109	3	22	1473
Guanando	0	74	11	27	2	2	116
Bayushig	146	126	43	31	0	0	346
La Candelaria	26	25	62	12	1	2	128
TOTAL	522	926	1624	266	23	41	3402

Fuente: INEC, 2010

Realizado por: Paúl Gualpa

d) Procedencia de la electricidad

El 94% de los hogares obtiene la energía eléctrica de la red pública de la empresa eléctrica y el 6% no dispone de este servicio.

Tabla 15. Forma de obtener la energía eléctrica.

PARROQUIAS	Red de empresa eléctrica de servicio público	Panel solar	Generador de Luz (Planta eléctrica)	Otros	No tiene	TOTAL
San Gerardo	622	0	0	2	43	667
Cubijies	652	0	0	0	20	672
Quimiag	1371	0	0	1	101	1473
Guanando	104	0	0	0	12	116
Bayushig	336	0	0	0	10	346
La Candelaria	124	0	0	0	4	128
TOTAL	3209	0	0	3	190	3402

Fuente: INEC, 2010

Realizado por: Paúl Guallpa

e) Comunicación

El medio de comunicación que más poseen es el celular (operadora Claro) con 344 casos, seguido por el teléfono convencional servicio proporcionado por CNT con 112 casos, y debido a la baja cobertura del servicio de internet solo existen 15 casos.

Tabla 16. Medios de comunicación más utilizados

PARROQUIAS	Teléfono Convencional		Teléfono celular		Internet		Computador		TV por cable	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
San Gerardo	112	561	344	329	15	658	50	623	10	663
Cubijies	140	535	386	289	17	658	86	589	6	669
Quimiag	158	1322	812	668	12	1468	50	1430	19	1461
Guanando	15	101	36	80	0	116	1	115	0	116
Bayushig	101	256	112	245	3	354	6	351	8	349
La Candelaria	48	82	59	71	1	129	0	130	0	130
TOTAL	574	2857	1749	1682	48	3383	193	3238	43	3388

Fuente: INEC, 2010

Realizado por: Paúl Guallpa

f) Viviendas

De acuerdo a la información del Censo 2010, en la parroquia San Gerardo 979 personas poseen viviendas, en la parroquia Cubijies 1000 personas, en la parroquia Quimiag 2493 personas, en la parroquia Guanando 192 personas, en la parroquia Bayushig 555 personas y en la parroquia La Candelaria 239 personas, con un total de 5458 que poseen vivienda propia.

Tabla 17. Disponibilidad de viviendas

PARROQUIAS	VIVIENDAS
San Gerardo	979
Cubijies	1000
Quimiag	2493
Guanando	192
Bayushig	555
La Candelaria	239

Fuente: INEC, 2010

Realizado por: Paúl Gualpa

g) Educación

El nivel de educación que más destaca es el primario con el 44,12%, seguido del secundario con el 15,86% y en menores porcentajes otros niveles de preparación como el superior con el 5,59%. Un dato importante a tomar en cuenta es que el 10,47% de la población no tiene ningún tipo de preparación educativa formal.

Tabla 18. Niveles de educación formal

PARROQUIAS	Ninguno	Centro de Alfabetización	Preescolar	Primario	Secundario	Educación Básica	Bachillerato	Ciclo Posbachillerato	Superior	Postgrado	Se ignora
San Gerardo	144	25	25	1028	258	421	142	8	124	1	46
Cubijies	204	16	26	954	408	306	118	16	192	8	45
Quimiag	648	99	47	2073	788	510	233	15	210	14	166
Guanando	26	4	5	172	39	31	11	3	23	0	6
Bayushig	82	5	14	446	224	87	49	10	85	7	6
La Candelaria	24	13	3	219	42	66	45	2	19	1	1
TOTAL	1128	162	120	4892	1759	1421	598	54	653	31	270

Fuente: INEC, 2010

Realizado por: Paúl Gualpa

h) Vestimenta

El uso de la vestimenta tradicional por los pobladores de los asentamientos humanos de la mancomunidad es escaso, se podría decir que en la población adulta tanto hombres como mujeres lo utilizan especialmente las personas de la tercera edad; la juventud, en su totalidad usa la vestimenta occidental.

i) Medios de transporte

Los medios de transporte que más destacan en las parroquias de la mancomunidad es el servicio de buses que presta sus servicios desde la ciudad de Riobamba, en su mayoría existen turnos cada 30 minutos. Las unidades por lo general se encuentran en buenas condiciones y el costo del pasaje fluctúa entre los 0,25 ctvs de dólar a \$1,00.

Tabla 19. Cobertura de transporte

SERVICIO	NOMBRE	COBERTURA	COSTO
PARROQUIA SAN GERARDO			
Transporte Urbano	Urbano	Riobamba San Gerardo	0.25 ctvs
Transporte inter parroquial	Bayushig	Riobamba Chingazo	0.40 ctvs
Taxi ejecutivo	CIA, San Gerardo S.A	San Gerardo Riobamba Guano	\$ 4.00
PARROQUIA CUBIJES			
Buses	Coop. Santiago de Quimiag	Riobamba Quimiag	0.25 ctvs
PARROQUIA QUIMIAG			
Buses	Coop. Santiago de Quimiag	Riobamba Quimiag	0.40 ctvs
PARROQUIA GUNANADO			
Buses	Coop. San Lucas	Riobamba Guanando	0.40 ctvs
PARROQUIA SAN ANTONIO DE BAYUSHIG			
Buses	Coop. Bayushig	Robamba Cabecera parroquial	0.60 ctvs
LA CANDELARIA			
Buses	Coop. Bayushig	Riobamba La Candelaria	\$1.00

Fuente: trabajo de campo, 2016

	Semana Santa			x	x								Fanesca y Jucho
	Virgen Dolorosa			x									Papas con cuy
	Parroquialización					x							Hornado, mote,chorizo y papas
	San Gerónimo								x				Mote con fritada
	Finados										x		Colada morada con pan, cuy, conejo o chanco, mote con habas y champús.
	Navidad y año viejo											x	Consomé con cuero de chanco, arroz con chorizo, papas con cuy o pollo, pan con dulce de higo.
Quimiag	Año nuevo	x											Cuy con papas
	Carnaval		x										Chanco, Gallina cuy, papas, pan, chicha, mote
	Semana Santa			x	x								Fanesca, dulce de durazno, chiguiltes
	Parroquialización					x							
	Finados										x		Colada morada, pan.
	Navidad y año viejo											x	Pavo, buñuelos, dulce de higo
Guanando	Año nuevo	x											Caldo de gallina de campo, Papas con cuy, Chicha de maíz
	Carnaval		x										Fritada con mote, Pan, Licor de sangorache
	Semana Santa			x	x								Fanesca, Humitas
	San Jose					x							Caldo de gallina criolla, Conejo y cuy asado al carbón, Locro de cuy
	Las Cruces								x				Caldo de bolas de maíz
	Parroquialización									x			Arepas de zapallo
	Señor de la Buena Muerte										x		Buñuelos con miel de higos, Pavo Hornado
	Corpus cristi										x		Fritada, Hornado, Caldo de gallina, Cuy y

															Conejo con papas, Chicha y Puro
	Patrón Santiago											x			Colada morada, Guaguas de pan, arepas de maíz
	Finados											x			Humitas y papas con cuy
	Navidad y año viejo												x		Locro de cuy
Bayushig	Carnaval		x												
	Semana Santa			x	x										
	Finados											x			
	El Animero											x			
	Parroquialización												x		
	Navidad y año viejo												x		
La Candelaria	Rey de Reyes	x													Papas con cuy y caldo de gallina
	Virgen de la Candelaria		x												Chicha de jora, mote con fritada, caldo de gallina, mote con queso
	Carnaval		x												Fritada, papas con cuy, caldo de gallina, chicha de jora
	Semana Santa			x											Chiguiles, fanesca
	Parroquialización								x						Caldo de gallina, papas con cuy, choclo con queso, ají de pepa de sambo.
	Finados														Colada morada y guaguas de pan
	Navidad y año viejo														Papas con cuy, caldo de gallina, buñuelos.

Fuente: PDYOT 2015 de las Parroquias de la mancomunidad.

Realizado por: Paúl Gualpa

c. **Ámbito Ecológico Territorial**

1) **Temperatura**

De acuerdo al mapa de isotermas, en el territorio de la mancomunidad existen 6 rangos de temperatura en donde el rango menor va de 2 a 4 °C y el mayor de 12 a 14°C. Hay que tomar en cuenta que en algunas épocas del año en las partes más altas del territorio, la temperatura puede disminuir bajo los 0°.

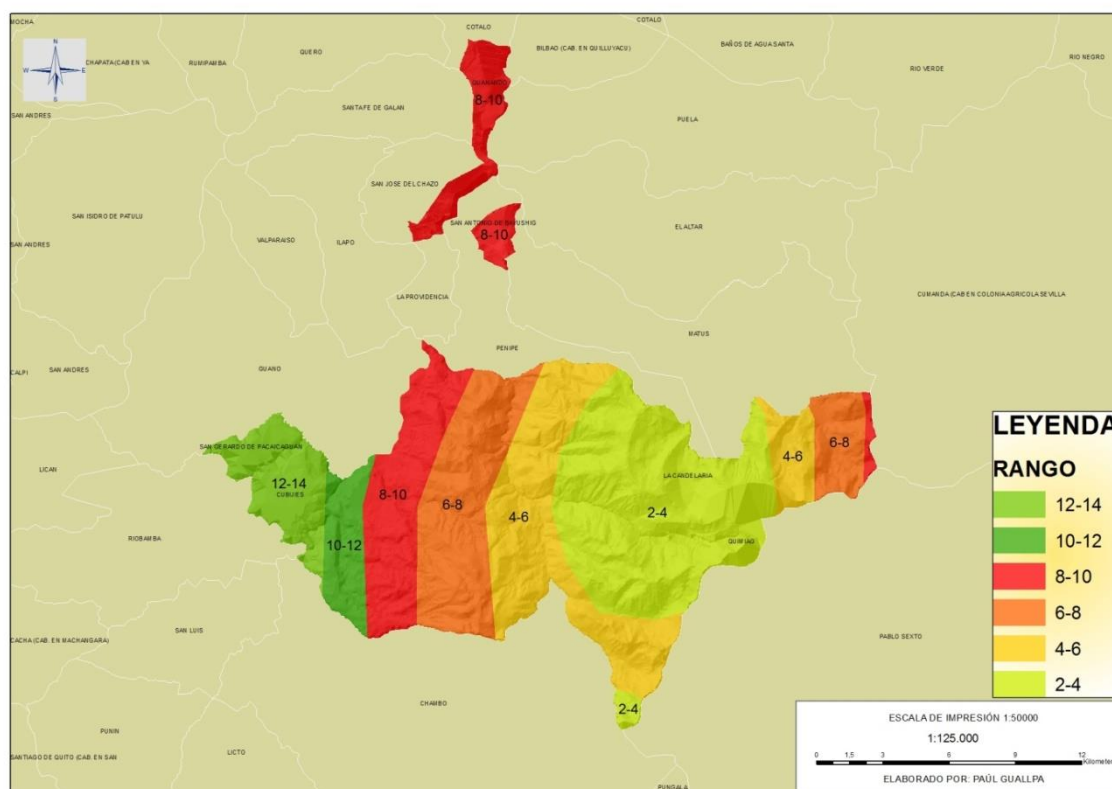


Figura 6. Mapa de isotermas

Fuente: MAGAP, 2014

2) **Clima**

La Mancomunidad posee cuatro tipos de clima, entre ellos están el ECUATORIAL DE ALTA MONTAÑA en las parroquias de Guanando, Quimiag, Bayushig y la Candelaria, ECUATORIAL MESO TÉRMICO SECO en las parroquia San Gerardo y Cubijíes, ECUATORIAL MESO TÉRMICO SEMI HÚMEDO en las parroquias de Cubijíes y Quimiag y el NIVAL en las parroquias de Quimiag y La Candelaria.

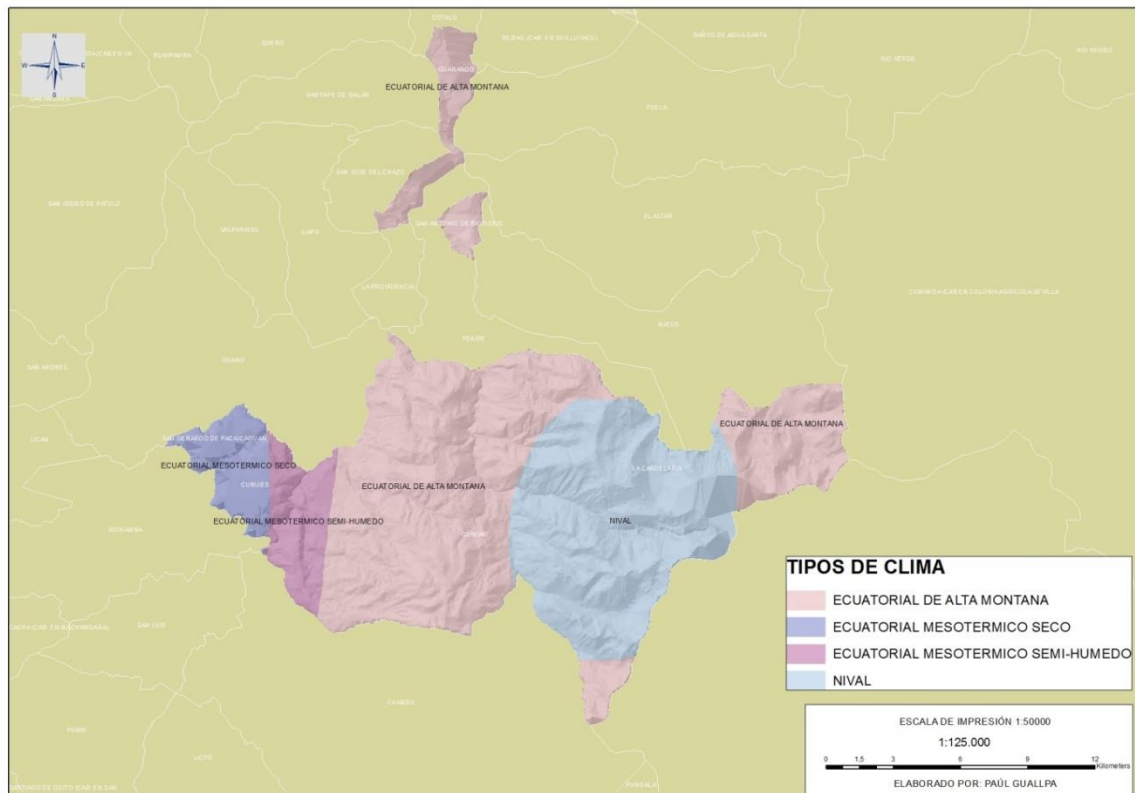


Figura 7. Mapa de tipos de clima

Fuente: MAGAP, 2014

3) Clasificación Ecológica

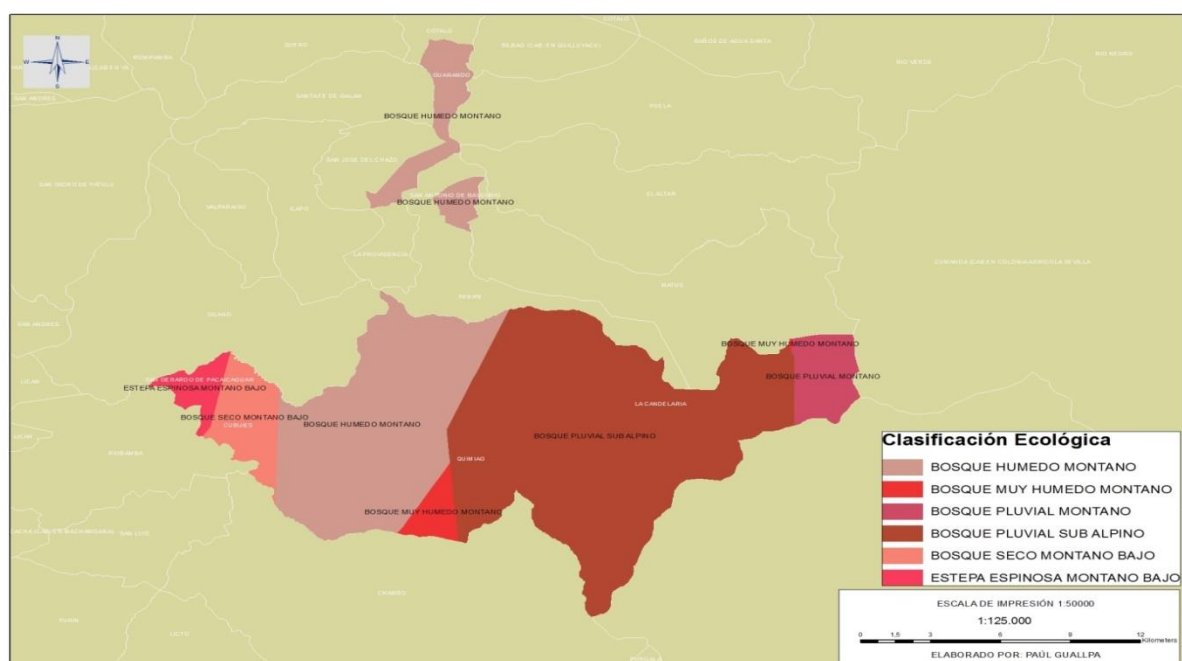


Figura 8. Mapa de la clasificación ecológica

Fuente: MAGAP, 2014

4) Taxonomía del suelo

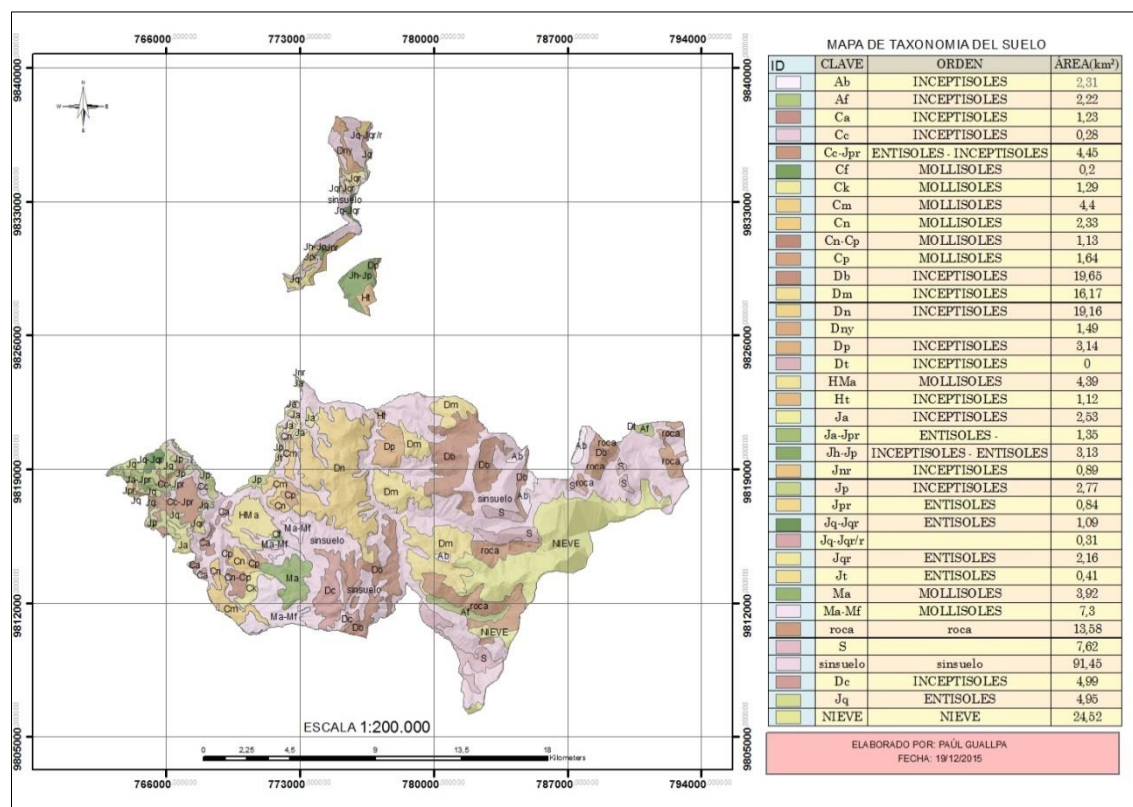


Figura 9. Mapa de taxonomía del suelo

Fuente: MAGAP, 2014

Los suelos de la Mancomunidad se clasifican de la siguiente manera:

Tabla 21. Clasificación de los suelos existentes en la mancomunidad

CLAVE	ORDEN	SUBORDEN	DESCRIPCIÓN	ÁREA(km²)	HECTAREAS
Ab	INCEPTISOLES	AQUEPTS	Materia organica gr, suave, untuosa, meteorizada sobre a 40 cm o más de espesor. Más abajo se puede ver un suelo alofanico que presenta algunas veces un horiz. albico.	2,31	231,22
Af	INCEPTISOLES	AQUEPTS	Materia organica poco meteorizada pardo a negro oscuro sobre 30 a 40 cm de espesor. Mas abajo se puede ver suelo alofanico.	2,22	222,13
Ca	INCEPTISOLES	ANDEPTS	Cangahua a 10 cm. de profundidad.	1,23	123,33
Cc	INCEPTISOLES	ANDEPTS	Cangahua a 30/40 cm. de profundidad	0,28	27,8
Cc-Jpr	ENTISOLES - INCEPTISOLES	PSAMMENTS - ANDEPTS	Cangahua a 30/40 cm. de profundidad	4,45	445,31

Cf	MOLLISOLES	UDOLLS	30/40 a 70 cm: Horizonte argilico muy negro.Cangahua a 70 cm. de profundidad, algunos revestimientosnegros sobre 5/10 cm.	0,2	19,62
Ck	MOLLISOLES	UDOLLS	20 a 40 cm. Horizonte argilico muy negro.Cangahua a 40 cm. de profundidad con algunos revestimientos negros sobre 5/10 cm.	1,29	128,99
Cm	MOLLISOLES	USTOLLS	Cangahua sin meteorización a 70 cm. de profundidad. Horizonte más negro, un poco duro de 40 a 70 cm. de profundidad.	4,4	440,06
Cn	MOLLISOLES	USTOLLS	Cangahua sin meteorización a 40 cm. de profundidad. Horizonte más negro, un poco duro de 30 a 40 cm.	2,33	232,53
Cn-Cp	MOLLISOLES	USTOLLS	Cangahua sin meteorización a 40 cm. de profundidad. Horizonte más negro,un poco duro de 30 a 40 cm.	1,13	113,43
Cp	MOLLISOLES	USTOLLS	Cangahua sin meteorización a 20 cm. de profundidad. Horizonte más negro, un poco duro a 10 cm.	1,64	163,97
Db	INCEPTISOLES	ANDEPTS	Suelo pseudo limoso muy negro con más de 50% de agua a pF 3 , sobre muestra sin desecación y menos de 80%	19,65	1964,6
Dm	INCEPTISOLES	ANDEPTS	Suelo pseudo limoso muy negro con retención de agua de 50 a 80% a pF3 sobre muestra sin desecación	16,17	1616,66
Dn	INCEPTISOLES	ANDEPTS	Suelo pseudo limoso o pseudo limo-arenoso, muy negro con retención de agua 20 a 50% a pF 3 sobre muestra sin desecación.	19,16	1915,74
Dny				1,49	149,46
Dp	INCEPTISOLES	ANDEPTS	Suelo pseudo-limoso negro. Con retención de agua a pF3 50 a 100% sobre muestras sin desecación	3,14	313,76
Dt	INCEPTISOLES	ANDEPTS	Suelo negro generalmente profundo, pseudo-limo muy suave, untuoso, esponjoso, retención de agua a pF3sobre muestra sin desecación. de 100 a 200 de agua por 100 de suelo seco	0	0,48

HMa	MOLLISOLES	UDOLLS	Suelo arenoso negro sobre 50 cm de espesor y más arcilloso en la profunda, antes de 1 m.de profundad. más de 30% de arcilla de tipo halloysita (revest.)horiz.argilico	4,39	439,11
Ht	INCEPTISOLES	ANDEPTS	Suelo negro prof.limoso con arena muy fina pero menos M.O.que Hb (2 a 3% de 0 a 20 cm) y en la profundidad mas friable,pH agua cerca de 7, retención de agua cerca 20%	1,12	112,19
Ja	INCEPTISOLES	ANDEPTS	Suelo negro u oscuro profundo, arenoso, de ceniza, arena fina o media. Horizonte superior con 2 a4% de M.O. estructura granular o bloques de cohesión muy debil	2,53	252,53
Ja-Jpr	ENTISOLES -	PSAMMENTS -	Suelo negro u oscuro profundo, arenoso, de ceniza, arena fina o media. Horizonte superior con 2 a4% de M.O. estructura granular o bloques de cohesión muy debil	1,35	135,12
Jh-Jp	INCEPTISOLES - ENTISOLES	ANDEPTS - PSAMMENTS	Suelo negro u oscuro, arenoso,de ceniza, arena fina menos de 0,5 mm. Horiz.super.sobre 20 cm con 1 a3% de M.O. estructura poco granular,sin bloques,epipedon +25 de esp	3,13	313,36
Jnr	INCEPTISOLES	ANDEPTS		0,89	88,59
Jp	INCEPTISOLES	ANDEPTS	Suelo de ceniza arenoso profundo, arena fina de menos 0,5 mm. Menos de 1% de M.O de 0 a 20 cm. pHagua y KCL cerca de 7	2,77	277,16
Jpr	ENTISOLES	PSAMMENTS		0,84	84,42
Jq-Jqr	ENTISOLES	PSAMMENTS	Suelo de ceniza arenoso profundo, arena media a gruesa más de 0,5 mm. y menos de 2 mm. Menos de 1%de M.O. de 0 a 20 cm., pH agua y KCl cerca de 7.	1,09	109,15
Jq-Jqr/r			Suelo de ceniza arenoso profundo, arena media a gruesa más de 0,5 mm. y menos de 2 mm. Menos de 1%de M.O. de 0 a 20 cm., pH agua y KCl cerca de 7.	0,31	31,47

Jqr	ENTISOLES	PSAMMENTS	Suelo de ceniza arenoso profundo, arena media a gruesa más de 0,5 mm. y menos de 2 mm. Menos de 1%de M.O. de 0 a 20 cm., pH agua y KCl cerca de 7.arenoso mezclado con muchas gravas y piedras duras a mas dek pomez de 30%.	2,16	215,55
Jt	ENTISOLES	FLUVENTS	Suelo arenoso con estratos de granulometria, irregular,arena media o gruesa. Generalmente capa deagua a menos de 2 m.de profundidad, pero más de un metro.	0,41	41,36
Ma	MOLLISOLES	UDOLLS	Suelo arenoso arcilloso negro, profundo uniforme, sin revestimientos.	3,92	391,76
Ma-Mf	MOLLISOLES	UDOLLS	Suelo arenoso arcilloso negro, profundo uniforme, sin revestimientos.	7,3	729,72
roca	roca	roca		13,58	1358,32
S			Suelos poco profundos sobre material más o menos duro, no derivado de ceniza o en parte solamente. 20 a 30 cm de espesor, erosionados sobre pendientes.	7,62	762,19
sinsuelo	sinsuelo	sinsuelo		91,45	9145,12
Dc	INCEPTISOLES	ANDEPTS	Suelo pseudo limoso muy negro com más de 20% y menos de 50% de retencion de agua a pF 3 sobre mues-tra sin desecacion.	4,99	499,04
Jq	ENTISOLES	PSAMMENTS	Suelo de ceniza arenoso profundo, arena media a gruesa más de 0,5 mm. y menos de 2 mm. Menos de 1%de M.O. de 0 a 20 cm., pH agua y KCl cerca de 7.	4,95	495,37
NIEVE	NIEVE	NIEVE		24,52	2451,74

FUENTE: Cartografía MAGAP, 2012

Realizado por: Paúl Gualpa

5) Uso de suelo

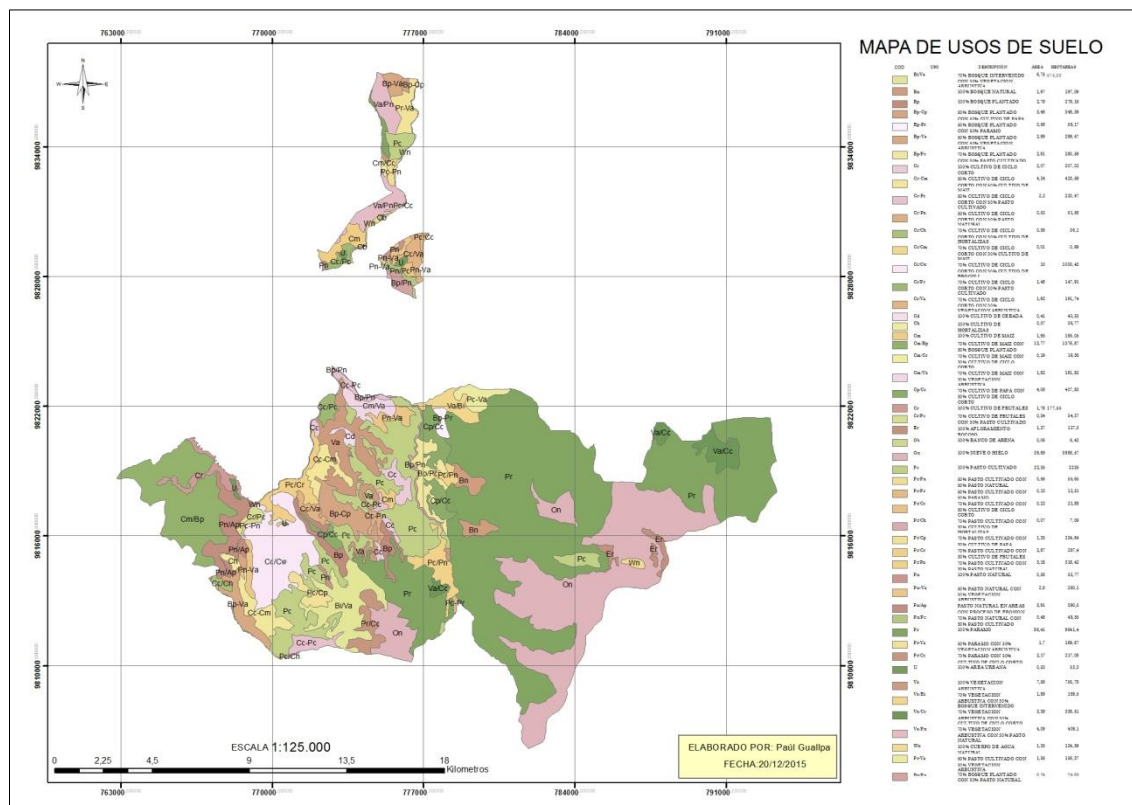


Figura 10. Mapa de usos de Suelo
FUENTE: Cartografía MAGAP, 2012

Los suelos de la mancomunidad se utilizan de la siguiente manera

Tabla 22. Tipos de Uso de Suelo

USO	DESCRIPCIÓN	ÁREA	HECTAREAS
Bi/Va	70% BOSQUE INTERVENIDO CON 30% VEGETACION ARBUSTIVA	6,75	674,88
Bn	100% BOSQUE NATURAL	1,97	197,09
Bp	100% BOSQUE PLANTADO	2,79	279,16
Bp-Cp	50% BOSQUE PLANTADO CON 50% CULTIVO DE PAPA	3,48	348,39
Bp-Pr	50% BOSQUE PLANTADO CON 50% PARAMO	0,58	58,17
Bp-Va	50% BOSQUE PLANTADO CON 50% VEGETACION ARBUSTIVA	2,99	299,47
Bp/Pc	70% BOSQUE PLANTADO CON 30% PASTO CULTIVADO	2,81	280,59

Cc	100% CULTIVO DE CICLO CORTO	2,07	207,02
Cc-Cm	50% CULTIVO DE CICLO CORTO CON 50% CULTIVO DE MAIZ	4,24	423,59
Cc-Pc	50% CULTIVO DE CICLO CORTO CON 50% PASTO CULTIVADO	2,2	220,47
Cc-Pn	50% CULTIVO DE CICLO CORTO CON 50% PASTO NATURAL	0,52	51,58
Cc/Ch	70% CULTIVO DE CICLO CORTO CON 30% CULTIVO DE HORTALIZAS	0,36	36,1
Cc/Cm	70% CULTIVO DE CICLO CORTO CON 30% CULTIVO DE MAIZ	0,01	0,69
Cc/Cw	70% CULTIVO DE CICLO CORTO CON 30% CULTIVO DE BROCOLI	10	1000,43
Cc/Pc	70% CULTIVO DE CICLO CORTO CON 30% PASTO CULTIVADO	1,48	147,91
Cc/Va	70% CULTIVO DE CICLO CORTO CON 30% VEGETACION ARBUSTIVA	1,92	191,74
Cd	100% CULTIVO DE CEBADA	0,41	40,53
Ch	100% CULTIVO DE HORTALIZAS	0,37	36,77
Cm	100% CULTIVO DE MAIZ	1,95	195,05
Cm/Bp	70% CULTIVO DE MAIZ CON 30% BOSQUE PLANTADO	13,77	1376,87
Cm/Cc	70% CULTIVO DE MAIZ CON 30% CULTIVO DE CICLO CORTO	0,19	19,36
Cm/Va	70% CULTIVO DE MAIZ CON 30% VEGETACION ARBUSTIVA	1,82	181,82
Cp/Cc	70% CULTIVO DE PAPA CON 30% CULTIVO DE CICLO CORTO	4,08	407,83
Cr	100% CULTIVO DE FRUTALES	1,78	177,55
Cr/Pc	70% CULTIVO DE FRUTALES CON 30% PASTO CULTIVADO	0,54	54,37
Er	100% AFLORAMIENTO ROCOSO	1,27	127,3
Ob	100% BANCO DE ARENA	0,06	6,42
On	100% NIEVE O HIELO	39,89	3988,57
Pc	100% PASTO CULTIVADO	22,35	2235
Pc-Pn	50% PASTO CULTIVADO CON 50% PASTO NATURAL	0,56	55,65
Pc-Pr	50% PASTO CULTIVADO CON 50% PARAMO	0,13	12,51

Pc/Cc	70% PASTO CULTIVADO CON 30% CULTIVO DE CICLO CORTO	0,22	21,88
Pc/Ch	70% PASTO CULTIVADO CON 30% CULTIVO DE HORTALIZAS	0,07	7,09
Pc/Cp	70% PASTO CULTIVADO CON 30% CULTIVO DE PAPA	1,25	124,64
Pc/Cr	70% PASTO CULTIVADO CON 30% CULTIVO DE FRUTALES	2,87	287,4
Pc/Pn	70% PASTO CULTIVADO CON 30% PASTO NATURAL	3,18	318,42
Pn	100% PASTO NATURAL	0,56	55,77
Pn-Va	50% PASTO NATURAL CON 50% VEGETACION ARBUSTIVA	2,6	260,1
Pn/Ap	PASTO NATURAL EN AREAS CON PROCESO DE EROSION	3,91	390,5
Pn/Pc	70% PASTO NATURAL CON 30% PASTO CULTIVADO	0,48	48,35
Pr	100% PARAMO	86,41	8641,4
Pr-Va	50% PARAMO CON 50% VEGETACION ARBUSTIVA	1,7	169,67
Pr/Cc	70% PARAMO CON 30% CULTIVO DE CICLO CORTO	2,17	217,08
U	100% AREA URBANA	0,53	53,3
Va	100% VEGETACION ARBUSTIVA	7,56	755,78
Va/Bi	70% VEGETACION ARBUSTIVA CON 30% BOSQUE INTERVENIDO	1,89	189,5
Va/Cc	70% VEGETACION ARBUSTIVA CON 30% CULTIVO DE CICLO CORTO	3,39	338,51
Va/Pn	70% VEGETACION ARBUSTIVA CON 30% PASTO NATURAL	4,09	409,1
Wn	100% CUERPO DE AGUA NATURAL	1,25	124,59
Pc-Va	50% PASTO CULTIVADO CON 50% VEGETACION	1,56	156,37
	ARBUSTIVA		
Bp/Pn	70% BOSQUE PLANTADO CON 30% PASTO NATURAL	0,75	75,02

Fuente: MAGAP, 2012

Realizado por: Paúl Gualpa

6) Biodiversidad

El territorio de la mancomunidad tiene gran riqueza de flora y fauna que es uno de los atractivos principales debido a que en este se encuentra el Parque Nacional Sangay ocupando parte del territorio de las parroquias Quimiag y La Candelaria que son las que poseen mayor cantidad de especies de flora y fauna. A continuación caracterizamos la flora y fauna representativa de la mancomunidad:

a) Flora

Tabla 23. Flora presente en la mancomunidad

PARROQUIA	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	TIPO DE VEGETACIÓN			USOS					
			Arborea	Arbustiva	Herbacea	Alimentación humana	Alimentación sp. Mayores	Alimentación sp. menores	Medicinal	Leña	Construcción de viviendas
Cubijies, Quimiag, La Candelaria	Cola de caballo	Equisetum miriochaetum			X				X		
Cubijies	Pitajaya	Cleistocactus sepium		X		X					
Cubijies, San Gerardo	Alfalfa	Medicago sativa			X		X	X			
Cubijies	Arveja	Pisum sativum L.			X	X					
Cubijies, Quimiag, la Candelaria	Berro	Rorip nasturtium acuticum			X	X			X		
Cubijies, Guanando, San Gerardo, Quimiag	Cabuya blanca	Fourcroya andina		X			X				
Cubijies, San Gerardo, Quimiag	Cabuya negra	Agave americana		X			X		X		
Cubijies, Quimiag	Capulí	Prunus serotina	X			X					
Quimiag, La Candelaria	Sacha Capuli		X			X	X				
Cubijies	Cardo santo	Argemone mexicana			X				X		
Cubijies, San Gerardo, Quimiag	Carrizo	Arundo donax		X	X					X	
Cubijies, Guanando	Chamizo	Dodonaea viscosa			X				X		X

San Gerardo, Quimiag	Pino	Pinus radiata	X							X	X
San Gerardo	Sauce	Salix alba	X							X	X
San Gerardo	Higuerilla	Ricinus communis		X							
Quimiag	Higuerón	Ficus luschnathiana	X							X	X
San Gerardo	Sábila	Aloe vera			X				X		
Cubijies	Huincundo	Tillandsia fasciculata			X				X		
Cubijies, San Gerardo	Kikuyo	Penicetum clandestino			X		X	X			
San Gerardo, Quimiag	Llanten	Plantago major			X				X		
San Gerardo, Quimiag	Ortiga	Urtica leptophylla			X				X		
San Gerardo	Ruda	Ruta graveolens L.			X				X		
Quimiag, La Candelaria	Quishuar	Buddleja incana	X							X	
Quimiag	Guil		X							X	
Quimiag, la Candelaria	Pujin	Hesperomeles spp	X							X	
Quimiag	Quila	Chusquea quila		X						X	
Quimiag	Tipo				X				X		
Quimiag, La Candelaria	Tipillo				X				X		
Quimiag	Menta	Mentha piperita			X				X		
Quimiag	Culantro puzo				X						
Quimiag	Maya Zanahoria				X						
Quimiag	Runlli				X						
Quimiag, La Candelaria	Mortiño	Vaccinium meridionale		X					X		
Quimiag	Sacha Capulí	Prunus opaca		X						X	
Quimiag	Colca				X						
Quimiag	Quinoa	Chenopodium quinoa			X	X					
Quimiag, La Candelaria	Mora	Rubus glaucus		X		X					
Quimiag	Maygua	Epidendrum sp.		X		X					
Quimiag, La Candelaria	Musgo	Polytrichum commune			X						
Quimiag	Tabalba			X							
Quimiag, Candelaria	Chuquiragua	Chuquiragua jussieui			X				X		
Quimiag	Cedro	Cedrela odorata	X							X	
Quimiag	Huicundo	Guzmania sp.			X			X			

Quimiag	Taxo	Passiflora tripartita		X		X					
Quimiag	Matico	Piper aduncum		X					X		
Quimiag	Guantug	Brugmansia arborea	X						X		
Quimiag	Bejuco			X			X				
Quimaig	Quinoa de monte				X		X	X			
La Candelaria	Quinoa	Chenopodium quinoa			X	X					
Quimiag	Shanshi	Coriaria ruscifolia subsp. Microphylla			X				X		
Quimiag	Lechero	Sapium stylare Müll	X						X		
Quimiag	Gramalote	Pennisetum sp			X		X				
Quimiag	Tilo	Tilia platyphyllos			X				X		
Quimiag, La Candelaria	Calaguala	Campyloneurum angustifolium			X				X		
Quimiag	Pachalin				X				X		
Quimiag, Sauco	Sauco	Sambucus nigra		X					X		
Quimiag	Hierba buena	Mentha spicata		X			X		X		
Quimiag	Valeriana	Valeriana officinalis			X				X		
Quimiag	Pata con yuyo				X				X		
Quimiag	Borraja	Borago officinalis			X				X		
Cubijies	Limón	Citrus limonumrisso	X			X					
Cubijies	Maíz	Zea mayz			X	X					
Cubijies, Guanando, San Gerardo, Quimiag	Nogal	Juglans neotropica	X							X	
Cubijies, Quimiag, La Candelaria	Paja	Calamagrotis intermedia			X		X				
Cubijies	Paja	Corteria dioica spreng			X		X				
Cubijies	Papa	Solanumtuberosum			X						
Cubijies, Guanando	Shamana	Dodonea viscosa		X					X		
Cubijies Quimiag, La Candelaria	Sigze	Cortadeiraorbiculata			X		X				
Cubijies, Guanando, San Gerardo, Quimiag	Totora	Cyrpus totora			X						X
Cubijies, Quimiag	Hierba Mora	Solanumnicreses			X				X		
La Candelaria	Rodajillo	Bulnesia schikendantzii			X		X				
La Candelaria	Aguarongo	Bromelia sp.			X		X				
La Candelaria	Yaguil		X							X	
Quimiag, La Candelaria	Polilepis	Polylepis incana	X							X	
La Candelaria	Arquitecto	Cafcituin uriflorun			X				X		

La Candelaria	Dictamo real	Euphorbia tithimaloides			X				X		
La Candelaria	Almohadilla	Huarpea andina			X		X	X			
La Candelaria	Chicaria	Lepidium chichicara			X				X		
La Candelaria	Pumamaqui	Oreopanax eqyadorensis	X								
La Candelaria	Cedro	Cedrus cedrala	X							X	X
La Candelaria	Hualicon		X							X	
La Candelaria	Talchimay		X							X	
La Candelaria	Tabalvo		X							X	

Fuente: PDYOT, 2015. Parroquias que integran la Mancomunidad

Realizado por: Paúl Guallpa

Tabla 24. Especies de flora presentes en las zonas de producción.

PARROQUIA	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	TIPO DE VEGETACIÓN			USO					
			Árborea	Arbustiva	Herbácea	Alimentación humana	Alimentación animal	Alimentación animal de especies menores	Medicinal	Leña	Construcción de viviendas
Cubijes, Quimiag, La Candelaria	papa			X		X	X				
Quimiag, Bayushig, La Candelaria	haba	Vicia Faba L		X		X		X			
Quimiag, Bayushig	alverja	Pisum sativum var		X		X		X			
Quimiag, Bayushig, La Candelaria	maíz	Zea mays		X		X		X			
Quimiag	coliflor			X		X	X	X			
Quimiag, Bayushig, La Candelaria	Fréjol	Phaseolus vulgaris L		X		X		X			
Quimiag	Trigo				X		X				
Quimiag	Lenteja			X		X		X			
Quimiag	Zanahoria				X	X		X			
Quimiag	zuquini			X		X					
Quimiag	quinua			X		X	X				
Quimiag, Bayushig	zapallo	Cucurbita maxima		X		X	X				
Quimiag	morocho			X		X		X			
Quimiag	alfalfa			X			X	X			

Quimiag	Rey grass				X		X	X			
Quimiag	Pasto azul				X		X	X			
Quimiag	Holco				X		X	X			
Quimiag	Kikuyo				X		X	X			
Quimiag	Avena				X	X	X				
Quimiag	Vicia				X		X	X			
Quimiag	Cebada				X	X	X	X			
Quimiag	Trébol				X		X	X			
Quimiag, Bayushig	Sambo	Cucurbita ficifolia		X		X	X				
Quimiag	Tomate			X		X					
Quimiag, La Candelaria	Oca			X		X					
Quimiag	Melloco			X		X	X				
Quimiag	Chocho			X		X	X	X			
Bayushig	Ají	Capsicum annuum		X		X					
Bayushig, la Candelaria	Manzanilla	Matricaria recutita			X				X		
Bayushig	Cedrón	Aloysia triphylla			X				X		
Bayushig	Hierba buena	Mentha piperita			X				X		
Bayushig	Cilantro	Coriandrum sativum			X	X					
La Candelaria	Capuli	Physalis peruviana	X			X					
La Candelaria	Menta	Mentha piperita			X	X			X		

Fuente: PDYOT, 2015. Parroquias que integran la Mancomunidad

Realizado por: Paúl Gualpa

En los cuadros de flora se puede apreciar la diversidad de especies presentes en la mancomunidad misma que son clasificados por el tipo de vegetación con el fin de identificar si son arbóreas, arbustivas o herbáceas, estas características nos permitirán conocer el uso que se le da, algunas especies, por lo general las de mayor tamaño y resistencia son utilizadas para la construcción de viviendas o como combustible, las especies de mediano tamaño o tamaño arbustivo por lo general son utilizadas para alimentar a los animales o para curar enfermedades y las especies herbácea se utiliza en su mayoría para alimentar a las especies mayores y menores, algunas también tienen propiedades medicinales que son utilizadas por los pobladores como medicina tradicional o alternativa.

Existe también un grupo de especies de flora que son cultivadas de forma exclusiva como alimento para la población y venta en los mercados cercanos, entre ellas están el maíz, la papa, las habas, el chocho, la quinua, el frejol, etc.

b) Fauna

Tabla 25. Especies de fauna presentes en las parroquias de la Mancomunidad

Parroquia	Nombre Común	Nombre Científico	Tipo					Uso		
			Mamíferos	Aves	Reptiles y Anfibios	Peces	Insectos	Alimentación Humana	Medicinal	Otros
San Gerardo	Abeja						X			X
Guanando	Búho	<i>Strix occidentalis</i>		X						
Guanando, San Gerardo	Chucuri	<i>Mustela Frenata</i>	X							
San Gerardo, Cubijies	Colibrí	<i>Patagona gigas</i>		X						X
Cubijies	Quinde herrero	<i>Colibri coruscans</i>		X						
Cubijies	Quinde colilargo	<i>Lesbia victoriae</i>		X						
Cubijies	Picaflor	<i>Conirostrumcinereum</i>		X						
Bayushig	Colibri	<i>Oreothochilus stella</i>		X						
San Gerardo, Cubijies, Quimiag, Bayushig, La Candelaria	Conejo	<i>Silvilagus brasiliensis</i>	X					X		
La Candelaria	Danta	<i>Tapirus terrestris</i>	X							
La Candelaria	Buitre	<i>Gyps africanus</i>		X						
Guanando	Churipindio			X						
Guanando	Culebra	<i>Natrix Maura</i>			X				X	
Guanando	Cullan				X				X	
San Gerardo,	Cuy		X					X		

Quimaig										
Guanando	Gallinazo	<i>Coragyps atratus</i>		X						
Guanando	Garza	<i>Ardea Alba</i>		X						
Guanando, Quimiag, Bayushig, La Candelaria	Gavilán	<i>Buteo brachyurus</i>		X						
San Gerardo, Quimiag	Golondrina			X						X
Guanando, San Gerardo, Cubijies, Quimiag, Bayushig La Candelaria	Guarro	<i>Falco sparverius</i>		X						
San Gerardo, Cubijies	Huiragchuro	<i>Pheucticus aureoventris</i>		X						X
San Gerardo	Jilguero Andino	<i>Carduelin spinencens</i>		X						X
Guanando, San Gerardo, Quimiag, La Candelaria	Lagartija	<i>Podarcis muralis</i>			X					
Cubijies	Lagartija de jardin	<i>Pholidobolus montium</i>		X						
Cubijies	Lagartija café	<i>Proctoporus unicolor</i>		X						
Guanando, Quimiag	Lechuza	<i>Tyto alba</i>		X						
Guanando, Quimaig, Bayushig, La Candelaria	Lobo	<i>Pseudalope culpaeus</i>	X							
Guanando	Lombriz				X					
Guanando, San Gerardo, Cubijies, Quimiag, Bayushig, La Candelaria	Mirlo	<i>Turdus serranus</i>		X						X
San Gerardo	Mosquitos						X			X
San Gerardo	Murciélago		X							X
San Gerardo	Paloma			X						X
Guanando	Patillo	<i>Calidris minutilla</i>		X				X		
La Candelaria	Patillo	<i>Neta rufina</i>		X						

Guanando	Pato	<i>Anas andium</i>		X				X		
La Candelaria	Patos de paramo	<i>Anas platyrhynchos</i>								
La Candelaria	Pava	<i>Penelope</i>		X						
San Gerardo, La Candelaria	Rana	<i>Rana perezii</i>			X					X
Guanando, San Gerardo, Cubijes, Quimiag, Bayushig	Raposa	<i>Metachirus nudicaudatus</i>	X							
San Gerardo, Cubijes, Quimiag	Ratón	<i>Mus musculus</i>	X							X
Cubijes	Rata Común	<i>Ratus ratus</i>	X							X
Guanando, Quimiag, La Candelaria	Sapo	<i>Bufo bufo</i>			X					
San Gerardo, Cubijes, Quimiag, Bayushig, La Candelaria	Tórtola	<i>Zenaida auriculata</i>		X						X
Guanando, Quimiag, La Candelaria	Trucha	<i>Salvelius fontinalis</i>				X		X		
La Candelaria	Tules			X						
San Gerardo	Zancudo					X				X
Guanando, Cubijes, Quimiag	Zorro	<i>Zorrix peludix</i>	X							
Bayushig	Zorrillo	<i>Conepatus semistriatus</i>	X							
Cubijes, Quimiag, Bayushig	Chucuri	<i>Mustela frenata</i>	X							
Cubijes	Pájaro brujo	<i>Pyrocephalus rubinus</i>		X						
Cubijes	Quililico	<i>Falco sparverius</i>		X						
Cubijes, Quimiag	Gorrión	<i>Zonotricha capensis</i>		X						
Cubijes	Gorrión estriado	<i>Phrygilus plebejus</i>		X						
Quimiag	Curiquingue			X						
Quimiag, La Candelaria	Venado		X							
Quimiag	Chivi cabra		X							
Quimiag	Perdiz			X						
Quimiag	Leopardo		X							
Quimiag	Toro bravo		X							

Quimiag, La Candelaria	Cóndor	<i>Vultur gryphus</i>		X						
Quimiag	Culebra				X					
Quimiag	Sacha cuy		X							
Quimiag	Tigrillo		X							
Quimiag	Chirote			X						
La Candelaria	Zumbador	<i>Antharacothorax</i>		X						
La Candelaria	Tiunca			X						
La Candelaria	Cervicabra	Mazana rífina	X							

Fuente: PDYOT, 2015. Parroquias que integran la Mancomunidad

Realizado por: Paúl Guallpa

Tabla 26. Especies de fauna presentes en la zona de producción y vivienda

Parroquias	Nombre común	Nombre científico	Tipo				Uso		
			Mamíferos	Aves	Reptiles y anfibios	Peces	Alimentación humana	Medicinal	Otros
Quimiag, San Gerardo, Cubijies, Bayushig, La Candelaria	Vaca	Bos primigenius	X				X		
Quimiag, San Gerardo, Cubijies, Bayushig, La Candelaria	Caballo	Equus ferus	X						X
Quimiag, San Gerardo, Cubijies, Bayushig, La Candelaria	Burro	Equus africanus	X						X
Quimiag, La Candelaria	Llamingo	Llama glama	X				X		
Quimiag, San Gerardo, Cubijies, Bayushig, La Candelaria	Cerdo	Sus scrofa	X				X		
Quimiag, San Gerardo, Cubijies, Bayushig, La Candelaria	Perro	Canis lupus familiaris	X						
Quimiag, San Gerardo, Cubijies, Bayushig, La Candelaria	Gato	Felis silvestris catus	X						X
Quimiag, San Gerardo, Cubijies, Bayushig, La Candelaria	Sapo	Bufo bufo			X				X
Quimiag, San Gerardo, Cubijies, Bayushig, La Candelaria	Borrego	Ovis orientalis	X				X		

Quimiag, San Gerardo, Cubijies, Bayushig, La Candelaria	Chivo	Capra aegagrus	X				X		
Quimiag, La Candelaria	Mula	Equus caballus	X						X
Quimiag, San Gerardo, Cubijies, Bayushig, La Candelaria	Cuy	Cavia aperea	X				X		
Quimiag, San Gerardo, Cubijies, Bayushig, La Candelaria	Conejo	Oryctolagus cuniculus	X				X		
Quimiag, La Candelaria	Alpaca		X						
Quimiag, San Gerardo, Cubijies, Bayushig, La Candelaria	Gallina	Gallus Gallus		X			X		
Quimiag, San Gerardo, Cubijies, Bayushig, La Candelaria	Pato	Torrentero anas discors		X			X		
Quimiag, San Gerardo, Cubijies, Bayushig, La Candelaria	Ganso	Anser anser		X			X		
Quimiag, San Gerardo, Cubijies, Bayushig, La Candelaria	Palomas	Columba palumbus		X			X		
Quimiag, San Gerardo, Cubijies, Bayushig, La Candelaria	Pavos	Meleagris gallipavo		X			X		
Quimiag, San Gerardo, Cubijies	Gallinazos	Gyps africanus		X					
Quimiag, San Gerardo, Cubijies, Bayushig, La Candelaria	Tórtolas	Columbina cruziana		X					
Quimiag, San Gerardo, Cubijies, Bayushig, La Candelaria	Mirlos	Turdus spp		X					
Quimiag, San Gerardo, Cubijies, Bayushig, La Candelaria	Huirachuros			X					
Quimiag, San Gerardo, Cubijies, Bayushig, La Candelaria	Golondrina			X					
Quimiag, San Gerardo, Cubijies, Bayushig, La Candelaria	Raposa		X						
Quimiag, San Gerardo, Cubijies, Bayushig, La Candelaria	Quinde			X					

Fuente: PDYOT, 2015. Parroquias que integran la Mancomunidad

Realizado por: Paúl Gualpa

En las tablas anteriores se puede observar gran diversidad de especies de fauna entre ellas existen especies mayores y menores que son utilizadas para la producción de carne y la venta, entre ellas están el chanco, las gallinas, los cuyes y los conejos; otras para la producción de leche y sus derivados, existe otro grupo que pertenecen a las especies endémicas y en peligro de extinción debido a la contaminación de las fuentes de agua y la caza indiscriminada entre ellas están el oso de anteojos, el venado de cola blanca, la danta, el cóndor andino, etc. También están los reptiles, anfibios y peces de los cuales se tiene muy poca información pero son de fundamental importancia en el equilibrio ecosistémico, estas especies habitan de forma especial los ecosistemas de ríos, lagos y paramos de los andes ecuatoriales.

c) Hidrología

La mancomunidad se encuentra en la micro cuenca del Río Blanco, posee 348.47 km de longitud de ríos y quebradas que riegan el territorio, entre ellos los más destacados son el Río Blanco y el Río Chambo, principales sistemas hidrográficos en donde desembocan más de 70 ríos secundarios y quebradas.

Tabla 27. Sistemas hídricos de la mancomunidad

NOMBRE	LONGITUD (km)	NOMBRE	LONGITUD (km)
Quebrada Guilles	4,49	Quebrada Noscas	1,39
Quebrada Rea	1,14	Río Taullín	2,15
Quebrada de Romero	0,92	Quebrada Itsana Grande	3,24
Quebrada Confesionario	1,41	Quebrada Lirio	1,15
Quebrada Choglontus	2,25	Quebrada San Martín	2,08
Quebrada Boliche	0,14	Quebrada Tres Molinos	1,97
Quebrada Atomachay	0,87	Quebrada Quishmal	1,35
Quebrada Iguishcaguán	4,43	Quebrada San Antonio	1,86
Quebrada Batán	1,18	Quebrada de Chacón	1,18
Quebrada Saguatus	1,22	Quebrada Santa Clara	3,5
Quebrada LaTranca	3,73	Quebrada Chancahuano	1,65
Quebrada Guayllacaguán	2,56	Río Tarau	1,17
Quebrada Rumishili	0,96	Río Minas	2,1
Quebrada Balcashi	2,62	Quebrada Raypachaca	1,51
Quebrada Guso	3,92	Río Badcahuán	3,43
Quebrada Camellón	3,42	Río Azacuchu	2,36

Río Chiniloma	3,1	Quebrada Gabiñay	1,96
Quebrada Puchucal	5,54	Río Puela	1,5
Quebrada Menestiacu	3,62	Quebrada Raya Machay	1,61
Quebrada Collantes	2,73	Quebrada de Las Pailitas	2,4
Quebrada Las Chorreras	2,09	Río de Metal	1,1
Río Tiaco Chico	2,29	Quebrada Piedra Llucha	1,23
Río Tiaco Grande	3,74	Quebrada Cerros Negros	1,67
Quebrada Pacchi	3,13	Río Collanes	4,96
Río Chambo	2,45	Quebrada Chaupi Tarau	2,7
Río Blanco	9,97	Río Cubillín	0,09
Quebrada Tzeles Tiacu	2,04	Quebrada Escaleras	1,2
Quebrada León Pungu	3	Quebrada Parbaloma	2,17
Quebrada Tioco	1,93	Río Choca	2,41
Río Calshi	1,46	Río Chorreras	2,2
Quebrada Las Abras	5,83	Río Ventanas	5,55
Quebrada de La Tranca	1,76	Río Siete Vueltas	1,08
Quebrada Trigo	1,64	Río Candelaria	7,64
Quebrada de Chazo	1,43	Quebrada Naranjal Chico	2,34
Quebrada Itsana Chico	5,48	Río Yuragyacu	6,36
Quebrada Quillán	3,5	Río Blanquillo	2,89
Quebrada Angahuachana	1,91	S/n	1,28
Quebrada El Corro	0,82	TOTAL	348.17
Quebrada Shipo	1,13		

Fuente: PDYOT, 2015. Parroquias que integran la Mancomunidad

Realizado por: Paúl Guallpa

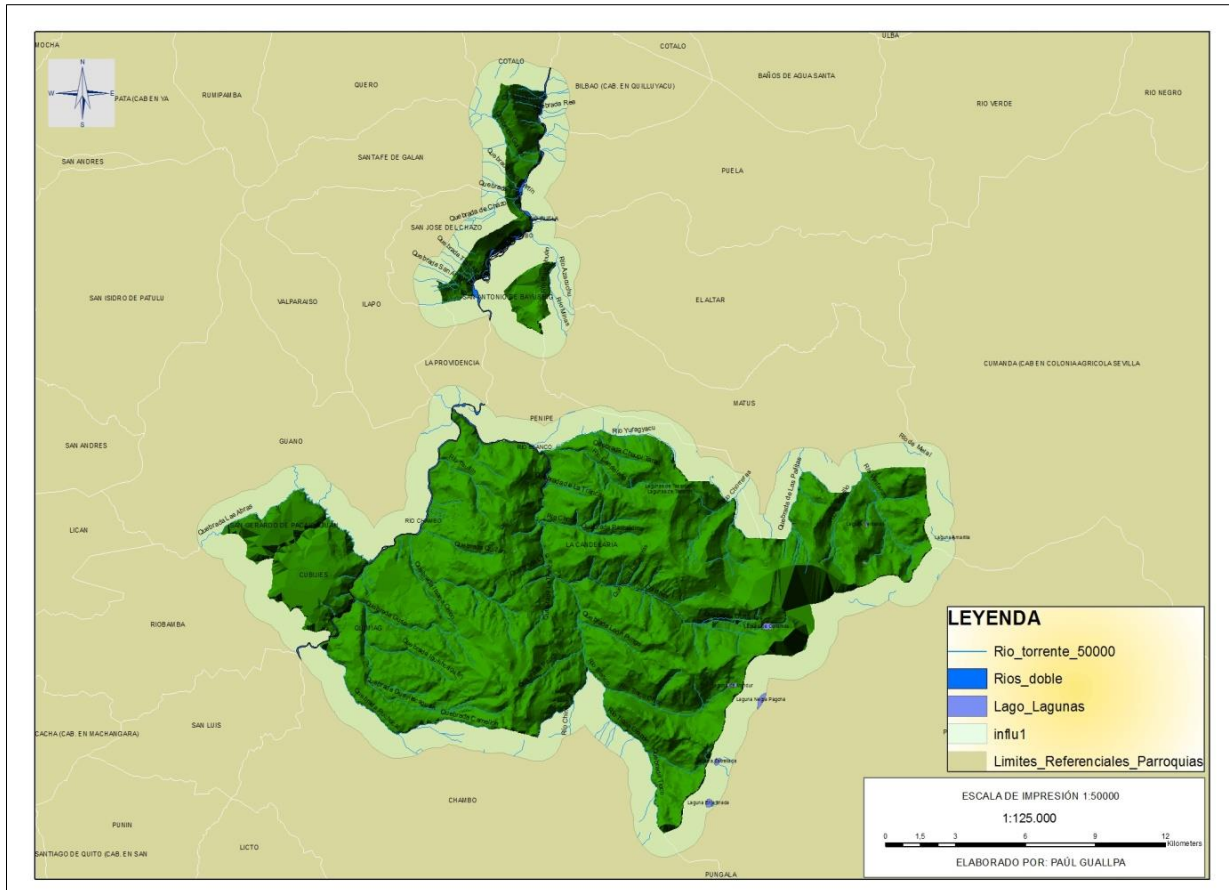


Figura 11. Sistema Hídrico

Fuente: IGM,2014

d) Orografía

i. Pendiente y Relieve

De acuerdo al Mapa, se ha dividido al territorio de la mancomunidad en tres tipos de zonas, la zona baja que va desde los 2280 a 3173 msnm, la zona media que va de 3173 a 4066 msnm y la zona alta que va desde los 4066 a 4960 msnm. De acuerdo al Mapa N°5 la mayor parte del territorio (58% aproximadamente) de la mancomunidad, posee pendientes abrupto montañoso con pendientes fuertes mayores a 70% y muy escarpadas mayores al 50 y 70 %, esto indica que este territorio tiene gran cantidad de relieves montañosos y posibles zonas de deslizamiento, además en estos sitios de pendiente se dificulta la construcción de viviendas y el cultivo, por lo cual estas áreas son aptas para la conservación y la forestación, favoreciendo de esta manera a la conservación de especies de flora y de forma implícita la de fauna.

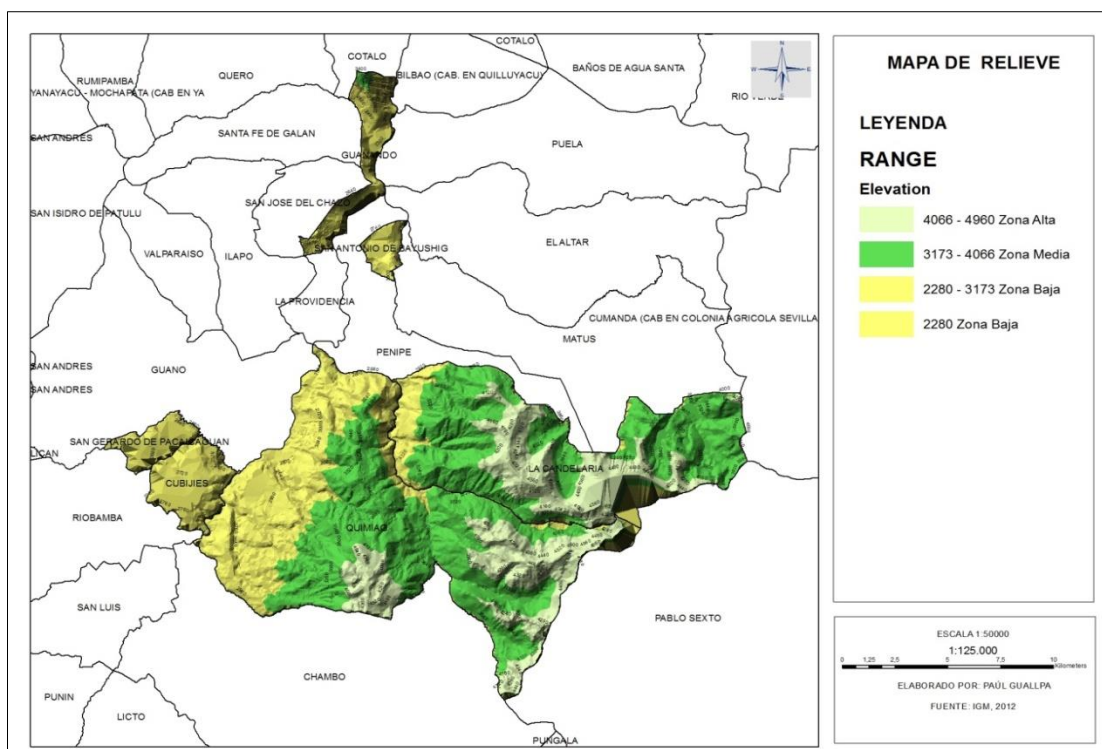


Figura 12. Mapa de Relieve

Fuente: IGM, 2012

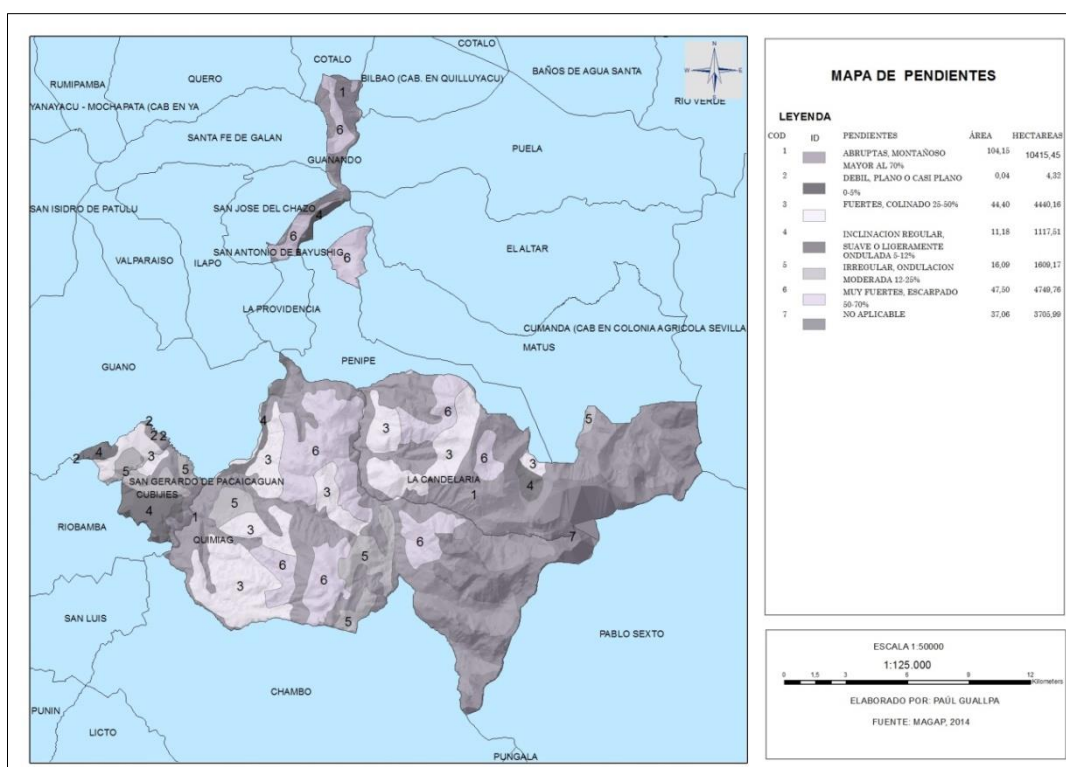


Figura 13. Mapa de Pendientes

Fuente: MAGAP, 2014

ii. Problemas ambientales

Entre los posibles problemas ambientales que enfrenta la mancomunidad están las áreas en proceso de erosión existente en el límite entre las parroquias de Cubijies y Quimiag, zona con clima MESOTERMICO SECO Y SEMI HÚMEDO; existen áreas propensas a inundación en la parroquia San Gerardo, estos son terrenos que se encuentran junto a la quebrada Las Abras y vertientes de agua. También por encontrarse en la cordillera de los Andes, existen zonas con alta susceptibilidad a movimientos en masa con peligros de deslizamientos y más en todas las parroquias que pertenecen a la Mancomunidad. En caso de erupción volcánica del Tungurahua existe mayor posibilidad de afectación a las parroquias de Guanando y Bayushig y en caso de activación y una posible erupción del volcán Chimborazo las parroquias de la mancomunidad con una afectación Alta serian: San Gerardo, Cubijies y Quimiag.

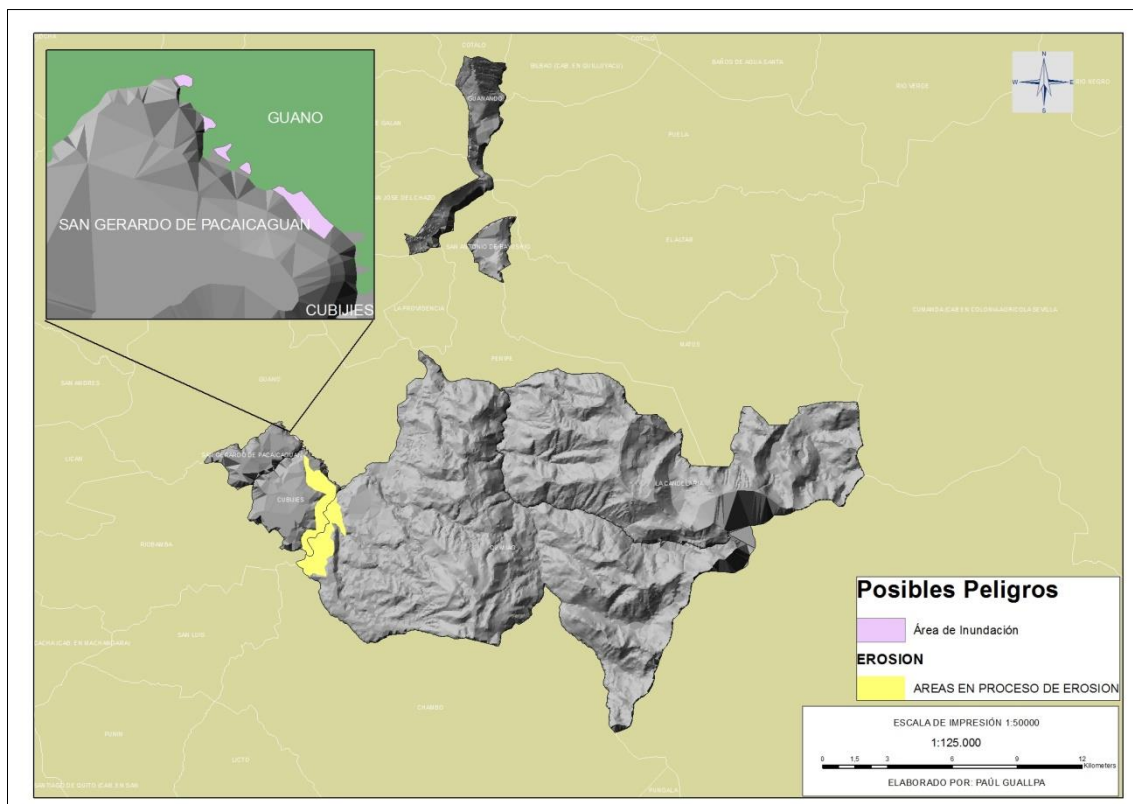


Figura 14. Mapa de posibles peligros en el territorio

Fuente: MAGAP, 2014

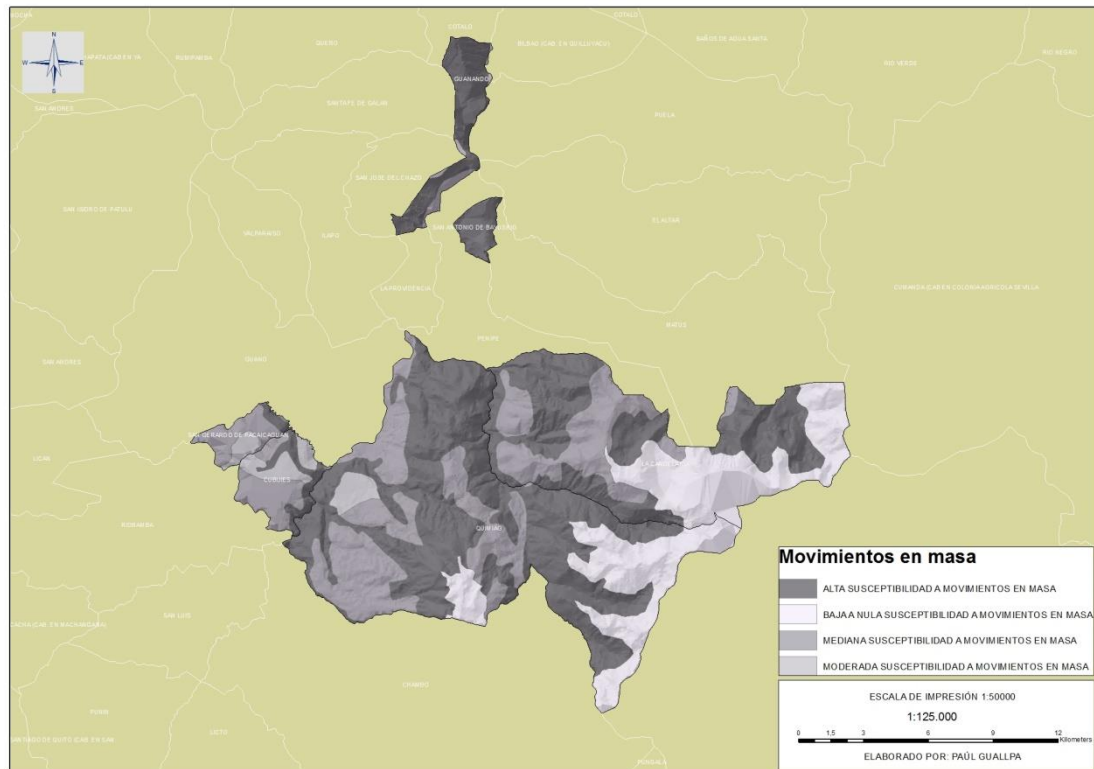


Figura 15. Mapa de movimientos en masa

Fuente: MAGAP, 2014

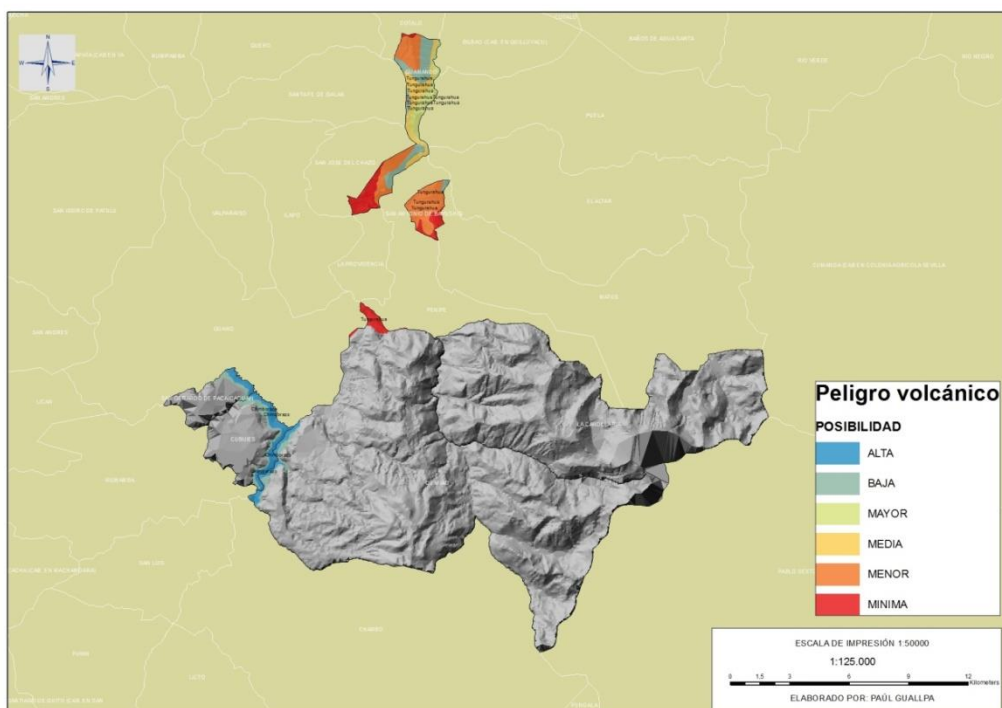


Figura 16. Mapa de peligros volcánicos

Fuente: MAGAP, 2014

d. **Ámbito Económico Productivo**

1) **Trabajo y empleo**

a) **Población Económicamente Activa**

La población económicamente activa de la mancomunidad la constituyen 5105 personas que representa el 42% de la población, de estas 5017 personas, es decir el 41% se encuentran ocupadas

Tabla 28. PEA y PEA ocupada

PARROQUIAS	PEA TOTAL	PEA OCUPADA
San Gerardo	1008	998
Cubijies	955	935
Quimiag	2294	2268
Guanando	168	149
Bayushig	456	444
La Candelaria	224	223
TOTAL	5105	5017

Fuente: INEC, 2015.

Realizado por: Paúl Gualpa

b) **PEA por Género**

La Población Económicamente Activa de acuerdo al género tiene mayor representación en el género masculino con 3069 individuos que constituye el 60% de la PEA y también con un importante número de 2036 mujeres en el género femenino con una representatividad del 40% de la PEA.

Tabla 29. Distribución de la PEA de acuerdo al género

PARROQUIA	HOMBRE	MUJER	TOTAL
San Gerardo	578	430	1008
Cubijies	559	396	955
Quimiag	1369	925	2294
Guanando	112	56	168
Bayushig	297	159	456
La Candelaria	154	70	224
TOTAL	3069	2036	5105

Fuente: INEC, 2015.

Realizado por: Paúl Gualpa

c) Población económicamente por segmento de ocupación

De acuerdo la tabla 30. Las principales actividades se desarrollan de la siguiente manera, 2705 personas se ocupa en su mayoría en actividades de agricultura, silvicultura, caza y pesca con un 71% de representatividad, 556 personas en manufactura con un 15% de representatividad, 287 en comercio al por mayor y menor con el 8% y 243 se ocupan en el sector público que equivale al 6% de población ocupada.

La principal actividad económica desarrollada en la parroquia podemos analizar notablemente y con alto porcentaje de participación con actividades referentes a la agricultura y ganadería, además existe un buen número de personas que se dedica a actividades de manufactura.

Tabla 30. Principales actividades a las que se dedica la población

Fuentes de ingresos familiares	San Gerardo	Cubijies	Quimiag	Guanando	Bayushig	La Candelaria	TOTAL
Población ocupada en comercio al por mayor y menor	107	77	81	7	12	3	287
Población ocupada en agricultura, silvicultura, caza y pesca	167	246	1706	108	286	192	2705
Población ocupada en manufactura	300	110	107	7	16	16	556
Población ocupada en el sector público	42	73	71	7	45	5	243

Fuente: INEC, 2015.

Realizado por: Paúl Gualpa

d) Desarrollo Actual del Turismo en la Mancomunidad

Unos de los objetivos primordiales que persigue la mancomunidad es el poder generar propuestas relacionadas con el ámbito turístico en su territorio, propuesta que es afín con los objetivos del Plan Nacional del Buen vivir, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores e impulsar el cambio de la matriz productiva.

La actividad turística en la Mancomunidad se da de manera esporádica debido a la falta de facilidades turísticas y de productos turísticos planificados, este territorio es visitado en su mayoría por visitantes de las ciudades de Riobamba y las parroquias vecinas los fines de semana o en épocas festivas, quienes salen a las parroquias rurales con el objetivo de alejarse del trajín de la ciudad, degustar la gastronomía tradicional y conocer algún atractivo turístico.

La parroquia de San Gerardo es visitada cuando se celebra la fiesta del Divino niño en el mes de enero y del Patrono San Gerardo en el mes de octubre, también es conocida porque aquí se elaboran artesanías de totora; La Parroquia Cubijies es visitada en el mes de septiembre cuando se celebra la fiesta de San Gerónimo, también es visitada en época de vacaciones por personas de la costa o los fines de semana por personas de las parroquias vecinas quienes hacen uso de la piscina ubicada en la cabecera parroquial, Cubijies es conocida por ser la cuna de músicos quienes han formado orquestas, bandas de pueblo y han triunfado en múltiples concursos a nivel del Ecuador, también porque aquí se elabora la pirotecnia que es utilizada en las festividades de las parroquias en varias localidades de la provincia y la región central del Ecuador.

Las parroquias de Quimiag y La Candelaria son conocidas y visitadas por su riqueza cultural y natural, estas poseen en su territorio al Nevado el Altar elevación de 5319 m.s.n.m. pertenece al Parque Nacional Sangay declarado por la UNESCO como Patrimonio Natural de la Humanidad en el año de 1983, tiene un sin número de lagunas, entre las más destacadas son la laguna Amarilla ubicada en el cráter del volcán y la laguna de Mandur, el escenario paisajístico de esta elevación a generado el interés de turistas nacionales y extranjeros quienes la visitan con frecuencia.

La parroquia Guanando es visitada en las fiestas del Señor de la Buena Muerte que se celebra en el mes de octubre. La parroquia Bayushig es muy conocida y visitada por su gastronomía típica, es aquí donde se elaboran los licores de frutas como el vino de manzana y Claudia y sus variedades, también porque aquí se preparan las deliciosas tortillas de maíz echas en piedra volcánica “Tortillas de piedra”.

Con escasa presencia de visitantes al territorio de la mancomunidad debido a la falta de productos turísticos, el turismo es un tema de interés tanto para los representantes parroquiales como para los pobladores, quienes conscientes de la potencialidad de la zona desean activar dicha actividad mediante la creación de productos turísticos que incentiven la llegada de turistas.

e) Principales productos del territorio

En la tabla 31 se identifica que en todas las parroquias existe una homogeneidad en los productos que se cultivan, en mayor cantidad están el maíz, la papa, las habas y las hortalizas, cultivos que se consideran tradicionales que forman parte de la dieta diaria no solo de las personas que habitan el territorio de la mancomunidad sino de toda la zona andina; estos productos son cultivados para la autoconsumo y en menor cantidad para la venta en los mercados cercanos de las parroquias o la ciudad de Riobamba.

Tabla 31. Principales productos que se producen en el territorio

Parroquia	Productos	Superficie productiva (Ha)
San Gerardo	Maiz, Pasto, Alfalfa, Papa, Frutilla, Hortalizas, Tomate de árbol, mora	92
Cubijies	Maiz, Alfalfa, Pasto, Brocoli, Papa, Hortalizas, Ajo.	149
Quimiag	Pasto, Papa (Variedades), Maiz, Haba, Tomate Riñon, Frutales, Tomate de Árbol, Frutilla, Alfalfa, Quinoa, Frejol	9321
Guanando	Maiz, Pasto, Aguacate, Hortalizas, Chocho, Amaranto	147.29
Bayushig	Maiz, Fruales, Pasto, Papa, Chocho, Haba, Alfalfa, Mora, Arveja, Tomate de Árbol, Frejol, Tomate riñon, Frutilla, Hortalizas	244
La Candelaria	Maiz, Papa, Pasto, Hortalizas	150
TOTAL		10103.29

Fuente: INEC, 2015.

Realizado por: Paúl Guallpa

f) Características de las actividades económicas agropecuarias

De acuerdo a la realidad de cada parroquia se analiza las principales características de sectores económicos relevantes tales como: agrícola, ganadero, pesquero, manufacturero, comercio, servicios, finanzas, turismo y otros.

g) Formas e tenencia de la tierra

En la mancomunidad existen 10102 ha de superficie productiva de los cuales cada productor posee 1,16 ha de terreno para el cultivo, de estas el 65% se encuentran legalizadas y el 35% no se encuentran legalizadas.

Tabla 32. Formas de tenencia de la tierra

PARROQUIA	SUPERFICIE PRODUCTIVA (HA)	TENENCIA PROMEDIO DE TIERRA (HA)	LEGALIZACION			
			SI (%)	NO (%)	SI (ha)	NO (ha)
San Gerardo	91	0,37	86	14	79	12
Cubijies	149	0,60	79	21	117	32
Quimiag	9321	3,66	65	35	6025	3296
Guanando	147	1,23	44	56	64	83
Bayushig	244	0,57	60	40	147	97
La Candelaria	150	0,57	60	40	90	60
TOTAL	10102	1.16	65	35	6522	3580

Fuente: INEC, 2015.

Realizado por: Paúl Gualpa

h) Cobertura de riego

De las 10103 ha productivas 7882 ha se encuentran regadas y 2221 ha no tienen riego, aproximadamente el 78% de la superficie productiva dispone de riego y el 22% no dispone de un sistema de riego, esta área no regada se convierte en un limitante para la producción. La parroquia con mayor superficie productiva es Quimiag con 9321 ha de las cuales el 81% dispone de riego y el 19% no dispone de riego, las parroquia con menor superficie regadas son la parroquia Guanando con 147 ha productivas y el 21 % regadas y el 79% de predios que no cuentan con un sistema de riego; la parroquia Bayushig con 150 ha productivas de las cuales el 18 % esta regada y el 82% no tiene riego y la parroquia La Candelaria con 150 ha productivas de las cuales el 32% tiene riego y el 68% no dispone de riego. Las parroquias restantes en su mayoría poseen riego en la mayoría de la superficie productiva.

Tabla 33. Cobertura de riego.

Parroquia	SUPERFICIE TOTAL PRODUCTIVA PARROQUIAL (Ha)	HECTAREAS REGADAS (ha)	% DE PREDIOS CON RIEGO	HECTAREAS SIN REGADIO (ha)	% DE PREDIOS SIN RIEGO
San Gerardo	92	77	84	15	16
Cubijies	149	135	91	14	9
Quimiag	9321	7546	81	1775	19
Guanando	147	31	21	116	79
Bayushig	244	45	18	199	82
La Candelaria	150	48	32	102	68
TOTAL	10103	7882	78%	2221	22%

Fuente: INEC, 2015.

Realizado por: Paúl Gualpa

i) Empresas o establecimientos económicos

Tabla 34. Empresas o establecimientos económicos.

PARROQUIA	TIPO DE EMPRESA/ASOCIACIÓN	PRODUCTOS QUE OFRECE
San Gerardo	Asociación de textileros “15 de enero”	Confección de pantalonetas, camisetas y bermudas
	Mujeres Artesanas	Elaboración de esteras figuras de totora
	Tejedores de chimbas (Sogas)	Elaboración de chimbas
	Tejedores de Canastos	Canastos de carrizo
	2 restaurantes	Comida
	2 paraderos de comida	Cuy asado
	Fritadería	Fritada
	Tiendas	Productos varios
Cubijies	Artesanal de Pirotecnia	Volatería y castillos
	Comercialización de láminas de caucho	Caucho
	Minería	Material de construcción y material pétreo
	Transporte	Servicio de transporte
	Clínica	Servicios médicos
	Mueblería	Muebles terminados
	Producción agrícola	Productos agrícolas
Quimiag	El pajonal	Productor de quesos
	Daniela	Productor de quesos
	Alamba	Productor de queso fresco, mozzarella grande, mozzarella pequeño
	Ermalac	Queso

	San Carlos	Queso
	Unioersonal	Queso
	Libanes	Queso
Guanando	4 tiendas de abarrotes	Productos de primera necesidad
Bayushig	Quesera: Doña Fanny	Productos lácteos: Quesos
	Avicola: Raúl Flores	Producción de aves
	Porcinos: Carlos Lliguay	Lechones
	Productores de vino artesanal	Vinos artesanales
	6 restaurantes informales	Comida tradicional
La Candelaria	Fabiola Yuqui	Queso fresco
	José Zavala	Queso fresco y quesillo
	María Yuqui	Queso fresco
	José Morocho	Quesillo
	Hacienda Releche	Alojamiento, Guianza, Campamento
	GADPR	Restauración, Alojamiento, Guianza, Campamento

Fuente: INEC, 2015.

Realizado por: Paúl Gualpa

De acuerdo a la información proporcionada en los PDYOT de las parroquias que conforman la mancomunidad, cada parroquia tiene su potencial económico, entre ellos se identificó que la parroquia San Gerardo cuenta con talleres de elaboración de ropa deportiva, estos prestan el servicio de mano de obra, su principal problemática son los salarios reducidos, también están los artesanos que elaboran las esteras y figuras de totora que son personas que realizan esta actividad para complementar los ingresos mensuales realizados por otras actividades, esta práctica es mal remunerada sin compensar el tiempo y la materia prima empleada para su elaboración; otra actividad económica que se desarrolla en la parroquia San Gerardo es la elaboración de Chimbas (Sogas tejidas con material plástico) actividad que tiene la misma problemática que las actividades anteriores.

En la parroquia Cubijés existen familias que elaboran los juegos pirotécnicos mismos que lo realizan de forma artesanal y son comercializados en la ciudad de Riobamba y en el sitio de elaboración, no cuentan con una marca que los identifique; también existen locales de donde se vende las láminas de caucho por rollos, genera 4 plazas de trabajo y su principal problemática es la eliminación de desechos al río Chambo provocando afectación ambiental.

El parroquia Quimiag existen 7 empresas reconocidas como productores de derivados de lácteos, estas procesan 2865 quesos diarios.

En parroquia Guanando la actividad comercial interna en la parroquia es escasa ya por el mismo motivo que en la cabecera cantonal de la parroquia consta de 2 tiendas de abarrotes al igual que en la comunidad de Guzo 1 tienda y de Cahuaji de igual forma, sumando un total de 4 establecimientos comerciales dentro de la parroquia.

La parroquia Bayushig se ha identificado que en la parroquia existen 3 establecimientos importantes que generan 85 fuentes de trabajo uno de ellos se denomina Productos lácteos Doña Fanny y el volumen de producción anual es de 102.220 quesos. Existen también dos emprendimientos relativos al área pecuaria uno de ellos se dedica a la producción de aves el propietario es el Ing. Raúl Flores, y produce anualmente 146.000 cubetas de huevos. En cuanto al área de porcinos se destaca el Sr. Carlos Lliguay que produce 180 lechones anuales que posteriormente serán vendidos.

En la parroquia la Candelaria con dos importantes actividades comerciales la primera está integrada por 4 productores de lácteos, empresas unipersonales dedicadas a la elaboración de quesos y la segunda es la actividad turística, actividad realizada por la hacienda Releche y el GADPR quienes prestan servicios de alojamiento, alimentación, guianza y campamento.

En todas las parroquias se realizan actividades de producción agrícola y pecuaria que se destina para el autoconsumo y venta en los mercados locales.

j) Formas de financiamiento

En la parroquia San Gerardo los pobladores en su mayoría no obtienen créditos de alguna institución financiera por varias razones entre ellas está el alto riesgo ligado a la imposibilidad de cumplir con los requerimientos que exigen las instituciones financieras principalmente de poseer los títulos de propiedad de la tierra; además en algunos casos el costo de acceder al servicio de crédito es demasiado alto y limita la decisión de concretar el financiamiento, la institución que recibe depósitos y donde solicitan créditos los pobladores de San Gerardo es la cooperativa 9 de Octubre.

Los pobladores de la parroquia Cubijies en su mayoría no tuvieron acceso a créditos y si lo hicieron fue en alguna cooperativa o banco público, dinero que fue destinado en mayor proporción para la producción.

Los pobladores de la parroquia Quimiag se tienen acceso a microcréditos y créditos de consumo hipotecarios y quirografarios con montos mínimos de \$100 hasta \$20000 que pueden ser

pagados en 48 meses con tasas de interés de 18% y 12,70% , créditos que son destinados en su mayoría para la producción.

De los productores según la fuente en la parroquia Guanando el 36% mantiene crédito en alguna institución del sistema financiero, en tanto que el 64% no dispone de crédito. el objeto del crédito es fundamentalmente pecuario, con un 33%, mientras que el agrícola con un 22%, en tanto que la institución financiera que hace mayor presencia en la parroquia son varios bancos.

En la parroquia Bayushig las principales fuentes de financiamiento para el desarrollo productivo del sistema privado son las instituciones financieras donde el 26% de la población posee un préstamo en alguna institución financiera, entre las principales están el banco de fomento, la Cooperativa Riobamba y el Banco del Pichincha, crédito destinado para mejorar la producción agrícola, principal actividad que se desarrolla en la parroquia.

La Candelaria tiene dos instituciones financieras comunitarias que hacen préstamos a los productores agropecuarios, entre ellas está la caja comunitaria y San Leopoldo.

k) Infraestructura para el fomento productivo

De acuerdo a la información de los PDYOT de las parroquias que conforman la mancomunidad existe la siguiente infraestructura de apoyo a la producción:

La población de San Gerardo tiene acceso al sistema de riego Chambo-Guano opera por más de 50 años Se trata del sistema de mayor incidencia en el desarrollo agrario de Chimborazo ya que cubre áreas muy productivas. El área de riego corresponde a zonas que van desde los 2.600 a los 2.800 msnm., con una superficie de riego aproximada de 5.670 ha en su totalidad.

Al interior de la parroquia San Gerardo, el canal de riego corresponde al Reservorio #63 donde existen 26 válvulas (desde la No. 9 la No. 32) con un área de riego de 165,06 ha, que corresponde al 22% de la superficie total de la parroquia, con un total de 651 usuarios activos registrados en la Junta General de Usuarios del Canal Chambo-Guano.

El sistema Chambo Guano a traviesa por las parroquias El Rosario, La Matriz y San Gerardo, que riega los sectores específicos; San Gabriel del Aeropuerto, Langos La Inmaculada, Langos Panamericana, Miraflores Alto. San Pablo, Ela, Alacao, lo que permite realizar una actividad agropecuaria direccionada para el autoconsumo.

La parroquia Cubijíes posee también el sistema de riego Chambo – Guano desde 1983, el cual no cubre todas las necesidades de la parroquia, en la comunidad el Porlón el sistema no existe y la población ha optado por desviar caudales de agua desde las vertientes hacia los terrenos para irrigar sus cultivos.

En la parroquia Quimaig las 6 empresas de lácteos tienen acceso por vías con capa de rodadura asfaltadas, 2 ubicadas en Balcashi, cuentan con caminos de tierra y en Puculpala por medio de camino de lastre, todas cuentan con servicio de electricidad y agua entubada, 1 empresa cuenta con servicio de alcantarillado, 4 disponen de telefonía fija y ninguna tiene el servicio de internet y agua potable.

En la actualidad en la parroquia Guanando no existe este tipo de infraestructura por las que los productores por esta razón el GADPR de Guanando está impulsando la creación de la planta de Procesamiento de Balanceados y cereales Andinos

En la parroquia Bayushig existen vías en buenas condiciones que facilitan el traslado de los principales productos, no posee un sistema de riego, tienen un mercado para el expendio de los productos principales y demás.

La parroquia la Candelaria posee infraestructura vía de tierra, lastre y empedrado que permite el traslado de los productos a los principales mercados, además cuenta con los servicios básicos (luz, agua, alcantarillado).

e. Ámbito Político Institucional

1) Administración Política

La Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes” fue constituida mediante Convenio de Mancomunamiento publicado en el registro oficial Año III-Nº708 en la ciudad de Quito el día miércoles 9 de marzo de 2016, está constituida por seis territorios Rurales con circunscripciones territoriales integradas a los cantones Riobamba, Penipe y Guano. La Población se encuentra representada y organizada por los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales Rurales de San Gerardo, Cubijies, Quimiag, Guanando, Bayushig y la Candelaria.

2) Naturaleza Jurídica de la Mancomunidad

Como parte del marco normativo se analiza la Constitución del República del Ecuador, el Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización enfocando en la organización y conformación de la mancomunidad.

a) Constitución de la República del Ecuador

Art. 243.- Dos o más regiones, provincias, cantones o parroquias contiguas podrán agruparse y formar mancomunidades, con la finalidad de mejorar la gestión de sus competencias y favorecer sus procesos de integración. Su creación, estructura y administración serán reguladas por la ley.

b) Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización

Art. 285.- Mancomunidades y consorcios.- Los gobiernos descentralizados podrán formar mancomunidades entre sí, con el objetivo de mejorar la gestión de sus competencias y fortalecer sus principios de integración.

Art.286.- Naturaleza Jurídica.- Las mancomunidades son entidades de derecho público con personalidad jurídica para el cumplimiento de los fines específicos determinados de manera expresa en el convenio de creación.

Art. 287.- Procedimiento de conformación de mancomunidades.- Para conformar una mancomunidad se cumplirá el siguiente procedimiento:

- La resolución de cada uno de los órganos legislativos de los gobiernos autónomos descentralizados integrantes, mediante la cual se aprueba la creación de la mancomunidad;
- La suscripción del convenio de mancomunidad acordado por los gobiernos autónomos descentralizados, por parte de los representantes legales de cada uno. El convenio de mancomunidad por lo menos deberá contener los siguientes elementos: denominación de la mancomunidad, identificación de los gobiernos autónomos descentralizados que la integran, su objeto o finalidad específica, el plazo de la misma y los recursos que aporte cada miembro y que constituirán su patrimonio;

- La publicación del convenio y de las resoluciones habilitantes de cada gobierno autónomo descentralizado en el Registro Oficial; y
- La inscripción de la conformación de la mancomunidad en el Consejo Nacional de Competencias, quién será responsable de evaluar la ejecución del cumplimiento de las competencias mancomunadas.

Art. 289.- Empresas en mancomunidad o consorcios.- Los gobiernos autónomos descentralizados mancomunados o que conformaren consorcios, podrán crear empresas públicas de acuerdo con la ley que regula las empresas públicas, para dar cumplimiento a las finalidades de la mancomunidad o consorcio. Los estatutos sociales de la empresa determinarán la forma de integración del directorio y los aportes que realizará cada gobierno autónomo descentralizado.

Los gobiernos autónomos descentralizados mancomunados o que conformaren consorcios, podrán crear empresas públicas a través del acto normativo legalmente expedido por los gobiernos autónomos descentralizados que deseen conformar la empresa en comunidad, de acuerdo con la ley que regula las empresas públicas.

c) Competencias exclusivas de los GAD Parroquiales Rurales

Según el COOTAD, 2015 artículo 65 los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales ejercen las siguientes competencias exclusivas:

- Planificar junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad;
- Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales;
- Planificar y mantener, en coordinación con los gobiernos provinciales, la vialidad parroquial rural;
- Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente;
- Gestionar, coordinar y administrar los servicios públicos que le sean delegados o descentralizados por otros niveles de gobierno;

- Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base;
- Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias; y,
- Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos.

Los GAD parroquiales Basados en las competencias exclusivas que tienen han decidido formar La Mancomunidad con el fin de priorizará las potencialidades, capacidades y vocaciones del área territorial para impulsar el desarrollo y mejorar el bienestar de la población mediante la creación de fuentes de trabajo, aprovechando los recursos turísticos donde se impulsará el desarrollo territorial centrado en sus habitantes, su identidad cultural y valores comunitarios.

d) Competencias de la Mancomunidad de acuerdo al Convenio de Mancomunidad

La Mancomunidad de Gobiernos Autónomos Descentralizados parroquiales rurales de San Gerardo, Cubijíes, Quimiag, La Candelaria, Bayushig y Guanando pertenecientes a la provincia de Chimborazo, para establecer el Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes MCPAMV, tienen las siguientes competencias:

- Gestionar planes programas y proyectos en las áreas de: producción agrícola, pecuaria, industrialización de productos, turismo sostenible, desarrollo artístico cultural, conservación ambiental, y demás actividades que permitan el progreso de estos pueblos.
- Unificar y potenciar esfuerzos de los Gobiernos participantes en esta mancomunidad, a favor de mejorar los niveles de vida de la población en cada uno de sus territorios.
- Coordinar esfuerzos conjuntos para el diseño y ejecución de un proceso efectivo de la mancomunidad permitiendo el manejo eficiente y técnico, en función de los fines propuestos.
- Planificar y coordinar programas y proyectos encaminados al rescate de productos agropecuarios limpios, patrimoniales, innovación de nuevos productos, recuperación y conservación del patrimonio natural y cultural, restauración forestal, diseño de productos, paquetes y facilidades turísticas.

e) Objetivos que persigue la mancomunidad

La mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes” tiene los siguientes objetivos:

1. Representar de manera unificada los intereses de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales que conforman esta mancomunidad, ante los organismos del Estado, Instituciones públicas, privadas, nacionales y extranjeras.
2. Contribuir a la defensa de los intereses de los Gobiernos Descentralizados parroquiales objeto de esta mancomunidad, así como también la coordinación con otros niveles de gobierno en actividades e iniciativas a favor de esta mancomunidad.
3. Generar propuestas en áreas relacionadas a: producción agrícola, pecuaria, industrialización, comercialización de productos, turismo sostenible, desarrollo artístico cultural, conservación ambiental, y demás actividades que permitan el desarrollo de nuestros pueblos.
4. Unificar y potenciar los esfuerzos de los Gobiernos Autónomos Descentralizados parroquiales rurales miembros de esta mancomunidad a favor del desarrollo: productivo, social, cultural, ambiental y económico.
5. Gestionar ante los organismos públicos y privados el apoyo efectivo de recursos financieros, humanos y de servicios tecnológicos, indispensables para su debido funcionamiento de acuerdo con las necesidades de la mancomunidad.
6. Incentivar la asociatividad jurídica de los habitantes de nuestras parroquias con fines productivos.
7. Promover eventos nacionales, regionales y locales de las actividades inherentes a la mancomunidad.

f) Estructura de la Mancomunidad

Tabla 35. Funcionarios de la mancomunidad

FUNCIONARIO	CARGO
Lcdo. Hugo Quiroz	Presidente encargado de la Mancomunidad “MPAMV” Representante GAD Quimiag
Ing. Geovanny Arellano	Vice Presidente de la Mancomunidad y presidente del GAD de Guanando
Sr. Rene Chavez	Presidente del GAD de La Candelaria
Sr. Fausto Guaño	Presidente del GAD de Cubijíes
Msc. Martín Quisnia	Presidente del GAD de San Gerardo
Sr. Segundo Hernandez	Presidnete del GAD de Bayushig

Fuente: INEC, 2015.

Realizado por: Paúl Guallpa

g) Organigrama Estructural de la Mancomunidad

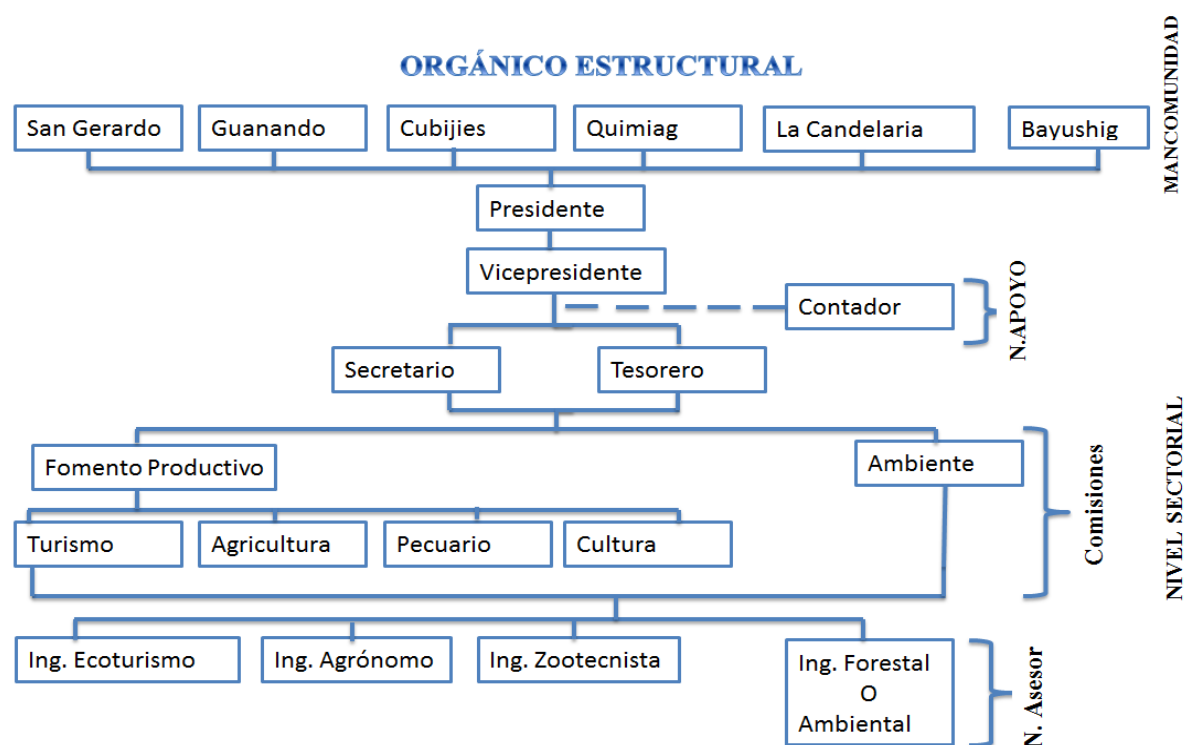


Figura 17. Organigrama estructural

Fuente. Elaboración del Plan Estratégico de la Mancomunidad "MCPAMV", 2016.

El Organigrama Estructural de la mancomunidad está integrado por cuatro niveles, el primero es el nivel de gobernanza y mancomunamiento, el mismo que lo forman el presidente electo y vicepresidente de la mancomunidad, más los representantes de cada uno de los GAD parroquiales que conforman la mancomunidad, el segundo es el nivel de apoyo, integrado por el contador, secretario y tesorero; el tercer nivel es el nivel sectorial, aquí se designan comisiones a cada uno de los representantes de los GAD, las comisiones están agripadas en dos áreas fundamentales que son el Fomento Productivo en todas sus dimensiones (Turismo, agricultura, Pecuario y Cultural) y Ambiente. El cuarto nivel es el nivel asesor integrado por profesionales en las diferentes áreas de trabajo para el fomento productivo o ambiente, entre ellos están un ingeniero en ecoturismo, un ingeniero agrónomo, un ingeniero zootecnista y un ingeniero forestal o ambiental.

h) Instituciones que trabajan en el territorio de la mancomunidad

En el cuadro siguiente se muestran las instituciones que actualmente se encuentran trabajando de una u otra forma en la zona en temas de desarrollo productivo, educación, salud, seguridad, etc.

Tabla 36. Instituciones que trabajan en la Mancomunidad

Nº	INSTITUCIONES
1	MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERIA, ACUACULTURA Y PESCA
2	MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL
3	MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA
4	MINISTERIO DE EDUCACIÓN
5	MINISTERIO DE TURISMO
6	MINISTERIO DEL AMBIENTE
7	SECRETARIA NACIONAL DE GESTIÓN DE RIESGOS
8	POLICA NACIONAL
9	CUERPO DE BOMBEROS
10	GAD PROVINCIAL
11	GAD CANTONAL
12	CENTRAL HIDROELÉCTRICA RIO BLANCO
13	UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
14	ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

Fuente: PDYOT 2015 de los GAD parroquiales que conforman la mancomunidad "MCPAMV"

Elaborado por: Paúl Gualpa

2. Análisis FODA

El análisis de situación de la mancomunidad sobre cada componente, permitió identificar mediante la matriz FODA, sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Para que este análisis FODA sea efectivo para la planificación turística en la mancomunidad, se aplicó a los elementos que conforman el sistema turístico, identificando en primera instancia los factores internos FORTALEZAS y DEBILIDADES y al final los factores externos DEBILIDADES y AMENAZAS.

a. Aplicación de la matriz en los factores internos del sistema turístico

Tabla 37. Análisis de los factores internos de las actividades y recursos turísticos.

FORTALEZAS (+)	DEBILIDADES (-)
<ul style="list-style-type: none"> • Territorio con existencia de gran número de fuentes hídricas, entre las más destacadas están el río Chambo y el río Blanco. • Parte del territorio lo constituye el Parque Nacional Sangay. • Es una zona de producción agropecuaria, donde la actividad ganadera ha incrementado como una fuente de ingreso para la población, mientras que en la actividad agrícola se prioriza el uso de abonos orgánicos; también se cría animales menores y el ganado vacuno. • Posee una población agricultora y ganadera lo cual constituye un gran potencial para el agroturismo. • Cuenta con destacados recursos naturales para el turismo, el más conocido es el Nevado el Altar. • Variedad gastronómica con identidad local. • La mayoría de comunidades cuenta con iglesias, donde cada una tiene a su patrono. • Poseen importantes manifestaciones culturales como las fiestas patronales en cada una de las parroquias donde existen celebraciones en honor a los patronos. • En las fiestas se realizan actividades culturales importantes como la quema de juegos pirotécnicos, presentación de danzas, música interpretada por bandas de pueblo, elección de la reina de las parroquias, ferias gastronómicas y exposición de artesanías. • Riqueza gastronómica y artesanal presentes y en constante crecimiento. • Se realiza forestación de algunos sitios con plantas nativas y frutales. • La Mancomunidad posee áreas naturales propicias para actividades de excursionismo, caminatas, campamento, educación ambiental, conservación de especies, deportes al aire libre y contemplación. • Cercanía a centros turísticos con gran afluencia turística en el centro del país, como son el nevado el Chimborazo y los recorridos en tren. 	<ul style="list-style-type: none"> • Destrucción del bosque primario, para ampliación de zonas de pastoreo, agricultura y ganadería. • Pérdida del pajonal por actividades agropecuarias. • Existe poca valoración del patrimonio cultural y natural existente por parte de la población local. • Deterioro de los recursos naturales por falta de mantenimiento y visitas no controladas. • Pérdida de valores e identidad cultural provocada por la migración. • Muy pocas personas utilizan la vestimenta tradicional. • Las personas han dejado de trabajar en muchos de los oficios como sastrería, ojalateros, artesanos, músicos, etc. que había en la mancomunidad y han optado por migrar o dedicarse a prestar sus servicios como mano de obra como albañiles y más. • Frecuentes incendios forestales que deterioran el paisaje, estos son provocados por vandalismo y mitos antiguos, donde algunas personas piensan que quemando los bosques provocaran la lluvia. • Existe contaminación en los cauces de agua con aguas servidas y basura, provocado por la falta de tratamiento y clasificación de la basura en desechos orgánicos e inorgánicos.

Fuente: PDYOT, 2015. Parroquias que forman la Mancomunidad

Tabla 38. Análisis de los factores internos de la infraestructura turística.

FORTALEZAS (+)	DEBILIDADES (-)
<ul style="list-style-type: none"> Las cabeceras parroquiales poseen servicio de alcantarillado, telefonía fija y móvil, internet, TV cable, radio y luz eléctrica. Existen vías de segundo orden que permiten llegar hacia todas las comunidades. Poseen un corredor que comunica las parroquias que forman parte de la Mancomunidad por medio de su avenida principal, la vía Riobamba - la Candelaria. Existen instituciones encargadas de velar por la seguridad y salud de la población local, estas son las Unidad de Policía Comunitaria y el Sub Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública. 	<ul style="list-style-type: none"> Los caminos hacia los atractivos naturales están deteriorados. Falta de medios interpretativos, informativos, equipamiento y señalética. Bajo nivel de cobertura de alcantarillado en las comunidades. Bajo nivel de cobertura de servicios básicos en las comunidades. Bajo nivel de cobertura de alumbrado público. Las vías de segundo orden se encuentran en mal estado, esto afecta al traslado de productos para la comercialización. Deficiente infraestructura pública y privada para el ingreso de personas con capacidades especiales.

Fuente: PDYOT, 2015. Parroquias que forman la Mancomunidad

Realizado por: Paúl Gualipa

Tabla 39. Análisis de los factores internos de la planta turística.

FORTALEZAS (+)	DEBILIDADES (-)
<ul style="list-style-type: none"> Presencia de cooperativas de transporte que recorren todo el territorio de la mancomunidad. En la parroquia la Candelaria existen guías nativos. En la parroquia la Candelaria existen sitios de hospedaje y alimentación 	<ul style="list-style-type: none"> En la mayoría de las parroquias no existen establecimientos que prestan servicios de restauración. No se cuenta con un sitio donde comercializar sus productos como artesanías en totora, tejidos de ponchos, etc. Aparecen servicios de alimentación esporádicos y con mala prestación en cuanto a calidad se refiere. La población no está organizada y capacitada para incursionar en el campo turístico. Falta de emprendimientos turísticos y desarrollo económico. Pobladores con bajo nivel de instrucción técnica en el ámbito del turismo. Baja inversión local en proyectos de desarrollo turísticos. Falta de interés de los empresarios locales en inversión para el mejoramiento de los establecimientos turísticos.

Fuente: PDYOT, 2015. Parroquias que forman la Mancomunidad

Realizado por: Paúl Gualipa

Tabla 40. Análisis de los factores internos de la superestructura turística.

FORTALEZAS (+)	DEBILIDADES (-)
<ul style="list-style-type: none"> • Se cuenta con los PDOT parroquiales actualizados en el año 2015. • Existen el apoyo técnico del MAGAP, que brinda asistencia técnica al productor de forma directa. • El MTOP (Ministerio de Transporte y Obras Publicas) apoya en el mejoramiento del corredor primario. • La Empresa Eléctrica dota de energía y alumbrado público a las parroquias. • La CNT dota de líneas telefónicas, internet y Tv cable a las parroquias. • Apoyo de instituciones gubernamentales y no gubernamentales, asociaciones, (MAGAP, MAE, MINTUR, INPC, etc.) • Existe apoyo por parte del GAD provincial en la construcción y mejoramiento de infraestructura parroquial como las vías, puentes, etc. • En la parroquia existen asociaciones agropecuarias, artesanales y de crianza de animales menores. • El Ministerio de Salud contribuye a la protección de la salud de los pobladores mediante sub centros y Dispensarios médicos, localizado en las cabeceras parroquiales. • Las Tenencias Políticas conjuntamente con la Policía Nacional son los jueces de paz y encargados de velar por la seguridad del territorio. • La UPC encargados de la seguridad, también apoyan con charlas motivacionales y trabajan con las brigadas barriales. • Existe el apoyo de entidades como el Ministerio de Turismo (MINTUR) y la Unidad de Turismo del GAD Municipal en la planificación de proyectos de turismo en las parroquias que conforman la mancomunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • La mayoría de la población no conoce y por lo tanto no se interesa en temas o proyectos relacionados por el turismo. • No se hace promoción turística de la mancomunidad. • No se dispone de instituciones o grupos organizados para la planificación, regulación y gestión en el ámbito turístico. • Para el desarrollo de proyectos turísticos es necesario tener el visto bueno de los propietarios donde se encuentran los atractivos. • Inexistente nivel de organización por parte de los artesanos.

Fuente: PDYOT, 2015. Parroquias que forman la Mancomunidad

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 41. Análisis de los factores internos de la Demanda turística.

FORTALEZAS(+)	DEBILIDADES (-)
<ul style="list-style-type: none"> • Mayor frecuencia de visitantes locales en épocas de fiestas. • Existen gran diversidad de tipologías de turistas 	<ul style="list-style-type: none"> • La demanda nacional e internacional no tienen información de la mancomunidad como para interesarse en visitarla.

<p>que llegan a los centros turísticos cercanos a quienes es posible ofertar los productos elaborados.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los visitantes llegan a las parroquias con el objeto de degustar de la gastronomía tradicional y participar en actos culturales. • La demanda más cercana a la parroquia lo constituye la población de la ciudad de Riobamba. 	<ul style="list-style-type: none"> • No se conoce la demanda objetivo a quienes se podría ofertar productos turísticos de la parroquia.
---	--

Fuente: PDYOT, 2015. Parroquias que forman la Mancomunidad

Realizado por: Paúl Gualpa

a. Matriz de los factores externos del sistema turístico

Luego de identificados los factores de incidencia interna para el desarrollo de cada uno de los componentes que conforman el sistema turístico, se realizó un análisis de las oportunidades y amenazas que pueden afectar de manera positiva o negativa al accionar de este sistema.

Tabla 42. Análisis de los factores externos del sistema turístico.

OPORTUNIDADES(+)	AMENAZAS (-)
<ul style="list-style-type: none"> • Demanda Creciente de productos turísticos relacionados con la naturaleza y la cultura. • La mancomunidad es un sitio de paso hacia el cantón Baños, característica potencial para ser un parador turístico óptimo para el desarrollo económico a través de emprendimientos. • Existe interés de los pobladores para incursionar en proyectos de industrialización de sus productos agropecuarios y personas que estarían en capacidad de volver a desarrollar trabajos artesanales como el tejido de ponchos de lana, etc. • Establecimiento y el mejoramiento de la infraestructura de los prestadores de servicios turísticos presentes. • Captar el flujo de la demanda de turistas 	<ul style="list-style-type: none"> • Productos turísticos y de mayor relevancia en los centros turísticos aledaños a la mancomunidad. • La migración podría provocar que las costumbres propias de la localidad desaparezcan. • La medicina tradicional podría desaparecer debido a que está siendo olvidada y quedando desplazada. • Los juegos tradicionales están a punto de desaparecer, estos han sido remplazados por la tecnología. • Posicionamiento de otros destinos en el país donde se ofertan otros productos turísticos relacionados con naturaleza, cultura y agroturismo. • Trabajo descoordinado en temas de turismo entre la Mancomunidad, el MINTUR y la Unidad de Turismo.

<p>existente en la zona centro del Ecuador</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentar una diversidad de productos compatibles con los perfiles de los turistas que llegan al centro del país. • Capacitación en el mejoramiento de los estándares de calidad de los servicios turísticos prestados en el cantón por parte del MINTUR. • Hay disponibilidad de la Mancomunidad en crear medios de protección de los recursos naturales. • Mejoramiento de la red vial de las comunidades rurales por parte del Consejo provincial en conjunto con las Juntas Parroquiales. • Gestión para la cobertura de alumbrado público con la Empresa Eléctrica. • Promoción de productos turísticos a través de ferias culturales y turísticas del Cantón y la Provincia. • Apertura por parte de la Mancomunidad para la realización de convenios con universidades públicas en el ámbito turístico. • Crecimiento de visitantes al Ecuador, por la diversificación de productos turísticos naturales y culturales. • Apoyo económico y técnico por parte de entidades públicas y privadas para el desarrollo de proyectos comunitarios. • Incremento de llegadas de turistas extranjeros a la provincia de Chimborazo, podría servir como oportunidad para ofertar nuevos productos turísticos. 	
--	--

Fuente: PDYOT, 2015. Parroquias que forman la Mancomunidad

Realizado por: Paúl Gualpa

3. Matriz CPES

Tabla 43. Matriz CPES

CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCIÓN
Ampliación de zonas de pastoreo, agricultura y ganadería. Visitas no controladas Incendios forestales provocados vandalismo o mitos antiguos. No se da tratamiento a los desechos orgánicos e inorgánicos.	Deterioro y destrucción del ambiente.	<ul style="list-style-type: none"> • Pérdida del bosque primario • Deterioro del pajonal. • Contaminación de las fuentes de agua. • Las especies de flora y fauna desaparecen. 	Plan de manejo para áreas con importancia hídrica y forestal.
Migración interna y externa.	Pérdida de valores e identidad cultural.	<ul style="list-style-type: none"> • Muy pocas personas usan la vestimenta tradicional. • Se han olvidado muchas prácticas culturales. • Las personas han abandonado los oficios como sastrería, ojalateros, artesanos, músicos. 	Proyecto de investigación de los saberes ancestrales y revalorización cultural.
No hay la suficiente atención por parte de los organismos competentes.	Caminos y vías hacia los atractivos naturales están deteriorados.	Restringe la llegada de visitantes Imposibilita el traslado de productos para su comercialización.	Gestión oportuna con los organismos competentes
Modelo de gestión no inclusivo.	Deficiente infraestructura pública.	Imposibilita la movilización de personas con capacidades especiales.	Proyecto para mejoramiento de infraestructura pública
Cumplimiento Deficiente de competencias por parte del GAD Cantonal y Provincial.	Bajo nivel de cobertura de servicios básicos	Deterioro de la calidad de vida de la población	Plantear proyectos articulados entre los GAD parroquial, Cantonal, provincial y la cooperación internacional para el

			mejoramiento de los servicios básicos.
Cumplimiento Deficiente de competencias por parte de los organismos competentes.	Falta de señalética y señalización hacia los atractivos	Compactación y mal uso de las vías de acceso y la creación indiscriminada de nuevos senderos.	Plan de implementación de señalética y medios interpretativos.
No existen establecimientos que presten servicios de restauración. La población no está capacitada para incursionar en el campo turístico. Baja inversión local en proyectos de desarrollo turístico. Deficiente nivel de organización local.	Deficiente planta turística	Aparecen servicios de alimentación esporádicos y de mala calidad. Actividad turística desorganizada y el deterioro de los recursos turísticos.	Planes de capacitación en temas de desarrollo territorial mediante la actividad turística.
Nula ejecución de la normativa de control para actividades turísticas en el territorio.	Organización turística deficiente	Deterioro de los recursos naturales y culturales. Turismo empírico y descontrolado. No existe registro de llegada de visitantes al territorio.	Generar figura organizacional con autonomía administrativa y financiera para la gestión turística en el territorio.

Fuente: PDYOT, 2015. Parroquias que forman la Mancomunidad

Realizado por: Paúl Gualpa

4. Validación de atractivos turísticos de la Mancomunidad “Corredor productivo Ambiental Mirador de los Volcanes”

Utilizando la información del inventario de atractivos turísticos de la mancomunidad realizado en el 2015 para el Diseño de Circuitos Turísticos, se procedió a realizar la validación.

Para la validación se realizaron salidas de campo que permitieron verificar la información contenida en las fichas de los inventarios turísticos realizado en el “Diseño de Circuitos Turísticos para la Mancomunidad Mirador de los Volcanes” del año 2015, para la evaluación y jerarquización se utilizó la metodología (MINTUR, 2004)

a. Valoración de los atractivos

Tabla 44. Validación de atractivos de la Mancomunidad

[illegible]

22	Elaboración de Tortillas de Maíz Asadas en Piedra	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	N/A
23	Elaboración de licor de frutas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	N/A
24	Leyendas Asociadas con seres mitológicos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	N/A
25	Bandas de Pueblo de Cubijés	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	N/A
26	Elaboración de Juegos Pirotécnicos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	N/A
27	Iglesia del Señor de la Buena Muerte	10	3	4	3	3	2	2	2	0	0	0	29	II
28	Casas Patrimoniales	10	5	2	2	3	2	1	1	0	0	0	26	II
29	Mitos y Leyendas Contemporáneas	0								0	0	0	0	N/A
30	Artesanías (Ponchos Chalitas y cobijas)	10	6	2	2	2	1	1	3	0	0	0	27	II
31	Iglesia de San Gerardo	10	2	4	4	4	3	2	1	0	0	0	30	II
32	Artesanías en Totorá y Carrizo	10	3	3	2	3	3	2	2	0	0	0	28	II
33	Chozas	10	3	4	4	3	2	3	1	0	0	0	30	II

Fuente: Diseño de Circuitos Turísticos para la Mancomunidad Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes, 2015.

Realizado por: Paúl Gualpa, 2016

En las siguientes matrices se muestran las características más importantes de cada atractivo validado, características como el nombre, la categoría, el tipo, subtipo, la jerarquía y datos de su ubicación:

b. Atractivos turísticos naturales sobresalientes

Tabla 45. Matriz de caracterización de atractivos turísticos naturales.

NOMBRE	CATEGORÍA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUIA	COORDENADAS	ALTITUD	CANTÓN	PARROQUIA
Nevado el Altar	Sitios Naturales	Montaña	Altas montañas	IV	X:785918 Y:9814988	5319 m.s.n.m.	Penipe	La Candelaria Comunidad Releche
Laguna Amarilla	Sitios Naturales	Ambientes lacustres	Laguna	III	X:786010 Y:9814793	4177 m.s.n.m.	Penipe	La Candelaria Comunidad Releche
Bosque de Polylepis	Sitios Naturales	Bosque	Páramo	II	X:783804 Y:9814553	3866 msnm	Penipe	La Candelaria Comunidad Releche
Bosque de Quishuar	Sitios Naturales	Bosque	Páramo	II	X:785136 Y:9815078	3929 msnm	Penipe	La Candelaria Comunidad Releche
Valle de los Collanes	Sitios Naturales	Planicies	Valles	II	X: 784741 Y: 9814826	3889 m.s.n.m.	Penipe	La Candelaria Comunidad Releche
Lagunas de Tazarón	Sitios Naturales	Ambientes lacustres	Laguna	III	X: 0782067 Y: 9820415	4080 msnm	Penipe	La Candelaria casco parroquial
Laguna la Cocha Negra	Sitios Naturales	Ambientes lacustres	Laguna	II	X:780252 Y:9819950	3880 msnm	Penipe	La Candelaria casco parroquial
Lagunas Hotel	Sitios Naturales	Ambientes lacustres	Laguna	II	X:782826 Y:9815239	3861 msnm	Penipe	La Candelaria Comunidad Releche
Rayo Machay	Sitios Naturales	Fenómenos	Rocas	I	X: 782472	3830 m.s.n.m.	Penipe	La Candelaria

		geológicos			Y: 9815850			Comunidad Releche
Mirador de los arrayanes	Sitios Naturales	Montañas	Colinas	II	X:775049 Y:9837350	3400 msnm	Guano	Guanando comunidad de Cahuaji bajo
Playas del rio Chambo	Sitios Naturales	Ríos	Riveras	I	X:773300 Y:9828985	2398msnm	Guano	Guanando Casco parroquial
Peñas de Guanando	Sitios Naturales	Montañas	Colinas	II	X:721811 Y:9712095	2823 msnm	Guano	Guanando Cabecera parroquial
Cascada de Puelazo	Sitios Naturales	Ríos	Cascada	I	X: 772954 Y: 9816487	3008 m.s.n.m.	Riobamba	Quimiag, comunidad Puelazo
Mirador de los volcanes	Sitios naturales	Montaña	Mirador	II	X: 781951 Y: 9811124	3779 m.s.n.m.	Riobamba	Quimiag Comunidad de Verde Pamba
Bosque de pasguazo	Sitios naturales	Bosques	Páramo	I	X: 780447 Y: 9812047	3739 m.s.n.m.	Riobamba	Quimiag Asociación Zoila Martínez
Laguna Estrellada	Sitios Naturales	Ambientes lacustres	Laguna	II	X: 784236 Y: 9809127	4050 m.s.n.m.	Riobamba	Quimiag comunidad Aso. Zoila Martínez.
Laguna Verde	Sitios Naturales	Ambientes lacustres	Laguna	II	X:785557 Y:9809315	4060 msnm	Riobamba	Quimiag PNS
Laguna de Mandur	Sitios Naturales	Ambientes lacustres	Laguna	III	X:784795 Y:9812398	4100 msnm	Riobamba	Quimiag PNS
Cascada de Mandur	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II	X:784868 Y:9812259	4100 msnm	Riobamba	Quimiag PNS

Fuente: Diseño de Circuitos Turísticos para la Mancomunidad Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes, 2015.

Realizado por: Paúl Gualpa

En la tabla 45 se aprecian 19 atractivos turísticos naturales sobresalientes presentes en el territorio de la mancomunidad.

c. Atractivos turísticos culturales Sobresalientes

Tabla 46. Matriz de caracterización de atractivos turísticos culturales.

NOMBRE	CATEGORÍA	TIPO	SUB-TIPO	JERARQUÍA	COORDENADAS	ALTITUD	CANTÓN	PARROQUIA
Sendero de los huertos frutales	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas, científicas	Explotaciones agropecuarias	II	X: 775658 Y:9829168	2747 msnm	Penipe	Bayushig
Rito propiciatorio del Animero	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Fiestas	N/A	X 775761 Y 9828575	2800 msnm	Penipe	San Antonio de Bayushig
Tortillas de maíz asadas en piedra	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Gastronomía	N/A	X 775761 Y 9828575	2800 msnm	Penipe	San Antonio de Bayushig
Elaboración del licor de frutas	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Gastronomía	N/A	X 775761 Y 9828575	2800 msnm	Penipe	San Antonio de Bayushig
Leyendas asociadas con seres mitológicos	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Manifestaciones Religiosas, Tradiciones y Creencias populares	N/A	X: 0777109 Y: 9820093	2967 msnm	Penipe	La Candelaria
Bandas de Pueblo de Cubijés	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Música y danza	N/A	X:768370 Y: 9818032	2511 msnm	Riobamba	Cibujés
Elaboración de Juegos pirotécnicos	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Manifestaciones Religiosas, Tradiciones y Creencias populares	N/A	X:768370 Y: 9816540	2511 msnm	Riobamba	Cibujés
Iglesia del Señor de la Buena Muerte	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	II	X:762716 Y:9816119	2743 m.s.n.m.	Guano	Guanando
Casas patrimoniales	Manifestaciones	Arquitectónica	Arquitectura civil	II	X:773298	2390 m.s.n.m.	Guano	Guanando

	Culturales				Y:9829013			
Mitos y leyendas contemporáneas	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	N/A	X: 770598 Y:9816540	2520 msnm	Riobamba	Quimiag
Artesanías (Ponchos, chalitas y cobijas)	Manifestaciones Culturales	Etnografías	Artesanías	II	X: 0773416 Y: 9828413	2474 m.s.n.m.	Guano	Guanando
Iglesia de San Gerardo	Manifestaciones Culturales	Arquitectónica	Arquitectura Religiosa	II	X:765282 Y:9818781	2680 m.s.n.m.	Guano	San Gerardo
Elaboración de esteras	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Artesanía	II	X:766153 Y:9819806	2660 m.s.n.m.	Guano	San Gerardo
Chozas	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Arquitectura vernácula	II	X:765669 Y:9819950	2681 m.s.n.m.	Guano	San Gerardo

Fuente: Diseño de Circuitos Turísticos para la Mancomunidad Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes, 2015.

Realizado por: Paúl Gualpa

En la tabla 46 se aprecian 14 atractivos turísticos culturales sobresalientes presentes en el territorio de la mancomunidad “Mirador de los Volcanes”.

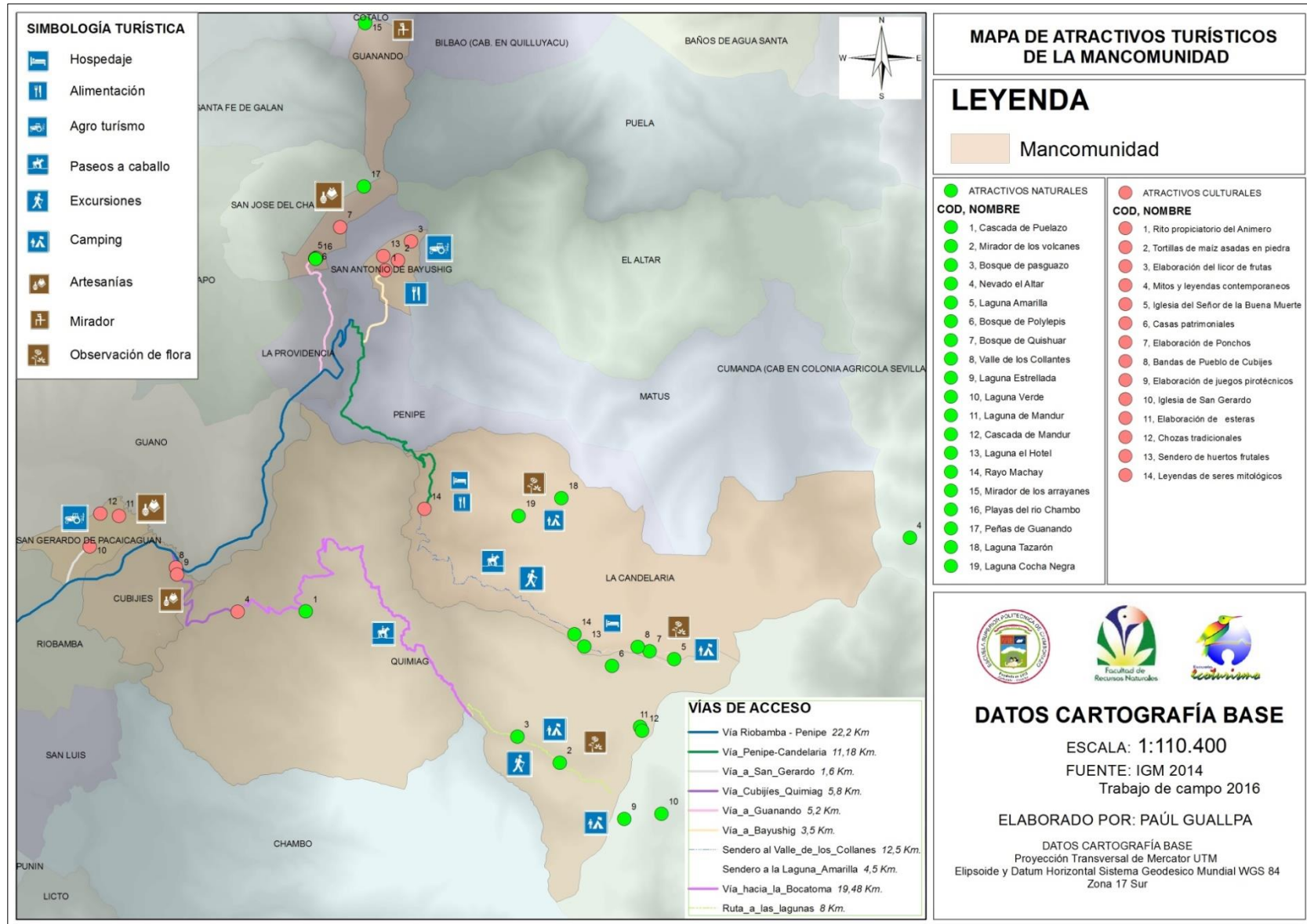


Figura 18. Mapa de atractivos turísticos de la Mancomunidad

5. Declaratoria de imagen turística.

Tabla 47. Resumen de la valoración y jerarquización de los atractivos turísticos de la Mancomunidad “MPAMV”.

CRITERIO	VARIABLE	CANTIDAD	%
Categoría	Sitios Naturales	19	58%
	Manifestaciones culturales	14	42%
TOTAL		33	100%
Estado de conservación	Conservado	10	30%
	Alterados	23	70%
TOTAL		33	100
Jerarquía	I	4	12%
	II	18	55%
	III	3	9%
	IV	1	3%
	Sin Jerarquía	7	21%
TOTAL		33	100%

Fuente: Diseño de Circuitos Turísticos para la Mancomunidad “MCPAMV”, 2015

Realizado Por: Paúl Gualpa

De acuerdo a la información presentada en la tabla 47, en el resumen de atractivos turísticos se ha determinado que en la Mancomunidad “MPAMV”, existen 33 atractivos turísticos, de los cuales 19 de ellos pertenecen a la categoría sitios naturales y representan el 58% ; mientras que 14 corresponden a la categoría manifestaciones culturales y representan el 42%.

Respecto al estado de conservación de los atractivos, se señala que 10 se encuentran en estado conservado y representan el 30%; mientras que 23 atractivos se registran como alterados y representan el 70%.

Según la jerarquía, 4 atractivos corresponden a la jerarquía I con el 12% de representatividad; 18 atractivos de jerarquía II que representa el 55% mientras que 3 atractivo corresponde a la categoría III con el 9%, 1 es de jerarquía IV con el 3% de representatividad y 7 atractivos Sin jerarquía debido a que se trata de atractivos culturales intangibles con 21% de representatividad.

Para definir la imagen turística de la Mancomunidad, es necesario citar las líneas de productos y actividades turísticas que se puede desarrollar en la zona, de acuerdo a los resultados obtenidos en el inventario de atractivos turísticos y en base a lo planteado en el PLANDETUR 2020.

a. Líneas de productos turísticos y actividades turísticas que se pueden desarrollar en la Mancomunidad de acuerdo al PLANDETUR 2020.

Tabla 48. Líneas de productos turísticos y actividades turísticas que se pueden desarrollar en la Mancomunidad.

MODALIDAD	CAMPO DE ACCIÓN	ACTIVIDADES A REALIZARSE
Ecoturismo	Remanentes de bosque, llanuras, valles, senderos y lagunas.	<ul style="list-style-type: none"> - Visitas guiadas - Interpretación ambiental en ecosistemas de páramo. - Observación de flora y avifauna. - Fotografía. - Senderismo - Camping
Turismo Cultural	Territorio y asentamiento rural.	<ul style="list-style-type: none"> - Visitas a zonas de producción artesanal. - Visitas a emprendimientos productores de vino de claudia y manzana. - Degustación de la gastronomía tradicional. - Visita a las iglesias de las parroquias. - Participar en festividades.
Turismo de deportes y aventura.	Vías de primer, segundo orden y senderos que conducen a los atractivos.	<ul style="list-style-type: none"> - Camping. - Senderismo. - Trekking - Paseo a caballo. - Ciclismo.
Agroturismo	Territorio y asentamiento rural.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de prácticas agrícolas tradicionales. - Interacción en faenas productivas en el campo agrícola y pecuario.

Fuente: Plan de Tur 2020

Realizado por: Paúl Gualpa

De acuerdo a la metodología empleada en la evaluación del potencial turístico de la zona en estudio, se define el significado de la jerarquía:

Jerarquía IV: Atractivo excepcional y de gran significado para el mercado turístico nacional e internacional, capaz por si solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

Jerarquía III, Atractivos con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por si solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

Jerarquía II, atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

Jerarquía I, atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elemento que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

De acuerdo a las características mencionadas, la imagen turística de la “Mancomunidad Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes” está definida en función de los atractivos turísticos de importancia natural y cultural, con énfasis en el nevado Altar, icono a nivel nacional de jerarquía IV:

Mancomunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes” Territorio predilecto, su riqueza cultural está presente en las habilidades artesanales, agropecuarias y la fe de su gente. Su riqueza Natural aflora desde los valles productivos hasta sus cumbres con glaciales perpetuos.

"Amalgama de Naturaleza y cultura milenaria"

6. Índice de Potencial Turístico

Utilizando la metodología para Índice de Potencial Interpretativo planteada por la *Dra. Farías Estela (2004)* se hizo el análisis cualitativo y cuantitativo mediante la Adaptación realizada por Castro y Lozano 2015.

El análisis del IPT de los recursos inventariados es:

Tabla 49. IPT Nevado el Altar

PARÁMETROS RECURSOS	DA	AI	PYR	UN	ISP	VSP	ER	UA	UP	NT	EC	EN	FT	ACC	NCV	FM	IB	PS	TOTAL	IPT	MED. TOTAL
Nevado el Altar	4	4	4	4	4	2	4	2	3	2	4	4	3	2	3	2	2	5	58	ma	43 (ma)
Laguna Amarilla	3	2	4	3	5	4	4	1	3	4	4	4	3	2	3	2	2	3	56	ma	
Bosque de Polylepis	2	1	4	2	4	3	3	2	3	4	2	3	2	2	1	2	2	1	43	ma	
Bosque de Quishuar	2	1	4	2	5	3	3	2	3	4	2	3	2	2	1	2	2	1	44	ma	
Valle de los Collanes	3	1	4	2	3	3	3	2	3	3	1	2	3	2	3	3	2	2	45	ma	
Lagunas de Tazarón	2	1	4	1	3	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	43	ma	
Laguna la Cocha Negra	2	1	4	1	3	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	43	ma	
Laguna Hotel	2	1	4	1	3	2	2	1	3	3	3	3	3	2	3	3	2	1	42	ma	
Rayo Machay	1	1	4	1	3	4	2	1	3	4	2	2	2	2	1	1	1	1	36	mb	
Mirador de los Arrayanes	2	2	4	1	4	3	2	2	3	2	2	3	3	4	1	1	3	1	43	ma	
Playas del Río Chambo	1	1	4	1	3	4	1	1	3	3	1	2	2	4	1	2	3	1	38	mb	
Peñas de Guanando	1	1	4	1	3	4	2	1	3	2	2	3	2	3	1	1	3	1	38	mb	
Cascada de Puelazo	2	1	4	2	3	3	2	1	3	2	2	3	2	2	1	1	2	1	37	mb	
Mirador de los Volcanes	3	2	4	2	4	3	2	2	3	3	4	4	3	4	1	1	2	1	48	ma	
Bosque de Pasguazo	2	1	4	2	4	3	3	1	3	3	2	2	2	2	3	2	1	1	41	ma	
Laguna Estrellada	2	1	4	1	3	2	4	1	3	3	3	3	2	2	3	2	1	1	41	ma	
Laguna Verde	2	1	4	1	3	2	4	1	3	3	3	3	2	2	3	2	1	1	41	ma	
Laguna de Mandúr	2	1	4	1	3	2	4	1	3	3	3	3	2	2	3	2	1	1	41	ma	
Cascada de Mandúr	1	1	4	1	3	2	4	1	3	3	3	3	2	2	3	2	1	1	40	ma	

Fuente: Diseño de Circuitos Turísticos para la Mancomunidad Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes, 2015.

Realizado por: Paúl Gualpa

Para establecer la escala de Índice de Potencial Turístico se aplicó y adaptó el método de evaluaciones sumarias basándonos en la adaptación de Castro / Lozano (2015) mediante un análisis cuantitativo y cualitativo, el mismo que se resume en la siguiente tabla:

Tabla 50. Escala del Índice de potencial turístico

IPT	RANGO	SIGNIFICADO
Muy Bajo	0,01-0,20	Recursos que no cuentan con las condiciones para ser aprovechados turísticamente
Medio Bajo	0,21-0,40	Recursos que cuentan con condiciones insuficientes para ser aprovechados turísticamente
Medio Alto	0,41-0,60	Recursos que cuentan con las condiciones aceptables para ser aprovechados turísticamente
Alto	0,61-0,80	Recursos que cuentan con las condiciones adecuadas para ser aprovechados turísticamente
Muy Alto	0,81-1,00	Recursos que cuentan con condiciones excepcionales para ser aprovechados turísticamente

Fuente: Castro & Lozano , 2015

Realizado por: Paúl Gualpa

De acuerdo a la escala del Índice de Potencial Turístico, los 19 recursos naturales evaluados, 15 de ellos están en la condición de índice de potencial turístico medio alto (ma), principalmente porque los recursos se encuentran en zonas aisladas y su entorno se encuentra conservado, además presenta insuficientes facilidades turísticas, dificultad en el acceso y servicios básicos en las comunidades aledañas, los 4 restantes, se encuentran en la condición de índice medio bajo (mb) por sus usos actuales no favorecen a la conservación del atractivo ni a las comunidades cercanas y sobre todo debido al deterioro que han sufrido, además de que no tienen un valor paisajístico relevante que exige la demanda, con importancia natural y cultural de importancia local.

Finalmente con una media de 0,43 puntos (ma), los 19 recursos cuentan con condiciones aceptables para ser aprovechado turísticamente.

B. VIABILIDAD COMERCIAL PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”.

1. Análisis del Mercado Turístico

a. Análisis de la oferta

Para la realización de los productos turísticos es necesario conocer la oferta actual con información referente a: infraestructura básica, facilidades y servicios turísticos, esta información se detalla a continuación.

1) Atractivos turísticos

La Mancomunidad “MPAMV” cuenta con 33 atractivos turísticos, de los cuales 19 de ellos pertenecen a la categoría sitios naturales y representan el 58% ; mientras que 14 corresponden a la categoría manifestaciones culturales y representan el 42%.

Respecto al estado de conservación de los atractivos, se señala que 10 se encuentran en estado conservado y representan el 30%; mientras que 23 atractivos se registran como alterados y representan el 70%.

Según la jerarquía, 4 atractivos corresponden a la jerarquía I con el 12% de representatividad; 18 atractivos de jerarquía II que representa el 55% mientras que 3 atractivo corresponde a la categoría III con el 9%, 1 es de jerarquía IV con el 3% de representatividad y 7 atractivos Sin jerarquía debido a que se trata de atractivos culturales intangibles con 21% de representatividad.

2) Infraestructura básica

El conocimiento de la infraestructura básica nos permite saber si disponemos o no de un determinado servicio y en qué condiciones se encuentra, con el fin de aprovecharlo en la actividad turística si está en buenas condiciones, o caso contrario tomar medidas de prevención para ofertar productos turísticos con servicios de calidad.

Tabla 51. Matriz de caracterización de la infraestructura básica

SERVICIO	TIPO	ESTADO	UBICACIÓN	Observaciones	FUENTE
Agua	Potabilizado	Buen estado	San Antonio de Bayushig	Sistema de potabilización en proceso.	GAD Bayushig
	Entubada	Buen estado	Cubijjes	Dispone el 18% de viviendas hasta el 2012	GAD Cubijjes
	Entubada	En proceso de deterioro	Guanando	Deterioro en el sistema de distribución. Agua no potabilizada.	GAD Guanando
	Entubada	Buen estado	Candelaria	Sistema de distribución nuevo Sistema de potabilización en proceso.	GAD Candelaria
	Entubada	Buen estado	Quimiag	No se capta en la fuente No se dispone de potabilización de agua.	GAD Quimiag
	Entubada	Buen estado	San Gerardo	Dispone de tubería mixta, pvc y hg	GAD San Gerardo
Energía eléctrica	Red pública	Buen estado	San Antonio de Bayushig	Alumbrado público incompleto	GAD Bayushig
	Red pública	Buen estado	Cubijjes		GAD Cubijjes
	Red pública	Buen estado	Guanando	Alumbrado público incompleto	GAD Guanando
	Red pública	Buen estado	Candelaria	Alumbrado público incompleto Disponible en toda la parroquia	GAD Candelaria
	Red pública	Con deficiencias	Quimiag	En la parroquia de Quimiag encontramos la central hidroeléctrica Río Blanco Alumbrado público incompleto	GAD Quimiag
	Red pública	Buen estado	San Gerardo	Alumbrado público incompleto	GAD San Gerardo

Comunicaciones	telefonía fija, telefonía inalámbrica, telefonía celular internet televisión satelital y libre	Buen estado	San Antonio de Bayushig	Operadora claro Televisión satelital disponen pocas familias Televisión libre se dispone en las zonas altas	GAD Bayushig
	telefonía inalámbrica, telefonía celular internet television libre		La Candelaria	Operadora claro Señal de televisión libre deficiente Internet solo se dispone en el infocentro	GAD La Candelaria
	telefonía fija, telefonía inalámbrica, telefonía celular internet televisión satelital	Buen estado	Cubijíes	Operadora claro y movistar Internet centro y el socorro El 60% aproximado de familias poseen televisión satelital.	GAD Cubijíes
	telefonía inalámbrica, telefonía celular internet televisión satelital	Buen estado	Guanando	Operadora claro y movistar No dispone de la señal libre (televisor) La mayoría de las familias poseen televisión satelital.	GAD Guanando
	telefonía fija, telefonía inalámbrica, telefonía celular internet televisión satelital y libre	Buen estado	Quimiag	Operadoras claro, movistar y CNT No todas las comunidades tienen televisión con señal libre.	GAD Quimiag
	telefonía fija, telefonía celular internet		San Gerardo	Telefonia fija solo en la cabecera parroquial Operadora claro Internet solo en la	GAD San Gerardo

	televisión libre y satelital			cabecera parroquial Toda la parroquia posee televisión con señal libre	
Observaciones generales	- Implementación de antenas repetidoras de televisión nacional				
Disposición de aguas servidas	Alcantarillado, UBS (unidad básica sanitaria) con pozo séptico	Buen estado	San Antonio de Bayushig	Plantas de tratamiento en proyecto	GAD Bayushig
	Pozo séptico y alcantarillado	Deteriorado	Cubijíes	Solo el 24% de viviendas dispone de este servicio Aguas servidas desembocan en el río Guano y el Río Chambo Plantas de tratamiento en proyecto con el GAD Guano	GAD Cubijíes
	Alcantarillado y pozos sépticos	Cumplió su vida útil	Guanando	Alcantarillado Disponible en el casco parroquial Pozos sépticos en las comunidades	GAD Guanando
	Alcantarillado y pozo séptico	Buen estado	Candelaria	Alcantarillado cubre el 80% de la cabecera parroquial y el 20% tiene pozos sépticos Comunidad tienen UBS.	GAD La Candelaria
	Alcantarillado y pozos sépticos	Mal estado	Quimiag	Disponible en el centro parroquial Pozos sépticos solo en comunidades	GAD Quimiag
	Alcantarillado y pozos sépticos	Cumplió vida útil	San Gerardo	Disponible en el centro parroquial Pozos sépticos en las comunidades	GAD San Gerardo
	Disposición de residuos	Recolección de basura	Existe	San Antonio de Bayushig	Recolector pasa 3 días a la semana GAD Bayushig

	Recolección de basura	Existe	Cubijés	Recolector pasa 2 días a la semana	GAD Cubijés
	Recolección de basura	Existe	Guanando	Cada 15 días pasa el recolector del GAD de Guano	GAD Guanando
	Recolección de basura	Existe	Candelaria	Una vez por semana	GAD La Candelaria
	Recolección de basura	Existe	Quimiag	2 veces a la semana en el casco parroquial y 1 vez a la semana en las comunidades-parte sur	GAD Quimiag
	Recolección de basura	Existe	San Gerardo	Una vez a la semana, recolector del GAD de Guano	GAD San Gerardo
Puesto de Salud	Sub centro de salud	Funcionando	San Antonio de Bayushig	Tiene a su servicio un médico general, enfermera y odontólogo	GAD Bayushig
	Puesto de salud	Funcionando	La Candelaria	Médico, enfermera y odontólogo ocasional, atención 2 veces por semana	GAD La Candelaria
	Sub centro de salud	Funcionando	Cubijés	Tiene a su servicio un médico general, enfermera y odontólogo Cuentan también con medico particular	GAD Cubijés
	Sub centro de salud	Funcionando	Guanando	Cuentan una vez cada 15 días con médico, Actualmente cuentan con las visita de un puesto de atención móvil una vez cada 15 días, donde disponen de médico general y odontólogo	GAD Guanando
	Cuentan con 1 subcentro de salud y 1 dispensario del seguro	Funcionando	Quimiag	2 médicos , un odontólogo y una enfermera y brindan atención medica ambulatoria en las comunidades 2 días a	GAD Quimiag

	campesino			la semana	
	Puesto de salud	Funcionando	San Gerardo	Cuenta con médico, enfermera, auxiliares, odontólogo atención permanente	GAD San Gerardo

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

3) Facilidades y servicios turísticos

a) Servicios de alimentación

En la siguiente tabla se enlistan los locales que prestan servicios de alimentación y sus características, esta información permite conocer si en el territorio de la mancomunidad hay planta turística y de acuerdo a sus características tomar los productos, servicios y costos para el diseño de productos turísticos.

Tabla 52. Servicios de alimentación

NOMBRE	SERVICIOS	PRECIO	Nº PLAZAS	HORARIO	UBICACIÓN
Sabor Bayusheño	<ul style="list-style-type: none"> Tortillas en piedra a leña Hornado y mote con cascara Caldo de gallina criolla Caldo de pata 	\$1 \$2 \$2 \$2	20	Sabados y Domingos de 10:00 am a 5:00 pm	San Antonio de Bayushig (barrio el Quinche)
Albergue la Candelaria	<ul style="list-style-type: none"> Hospedaje, Alimentación, Guianza Alquiler de caballos 	\$12,00	50	Atención bajo reserva previa	La Candelaria
Hacienda Releche	<ul style="list-style-type: none"> Hospedaje, Alimentación Guianza, Alquiler de caballos 	\$12,00	40	Atención bajo reserva previa	La Candelaria Comunidad Releche
Hacienda Releche en el Valle de los Collantes	<ul style="list-style-type: none"> Hospedaje Alimentación Guianza Alquiler de caballos 	\$12,00	48	Atención bajo reserva previa	La Candelaria Comunidad Releche

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

b) Establecimientos de hospedaje

En la siguiente tabla se enlistan los establecimientos que prestan servicios de hospedaje y sus características, esta información permite conocer si en el territorio de la mancomunidad hay planta turística y de acuerdo a sus características tomar los productos, servicios y costos para el diseño de los productos turísticos.

Tabla 53. Establecimientos de hospedaje

NOMBRE	N° PLAZAS	PRECIO	UBICACIÓN
Albergue la Candelaria	22 pax Dos pisos de hormigón armado para hospedaje	\$ 12, 00	La Candelaria
Hacienda Releche	40 pax Dos pisos (2 cabañas) para hospedaje	\$15,00	La Candelaria Comunidad Releche
Hacienda Releche en el Valle de los Collanes	48 pax Dos pisos (5 cabañas) para hospedaje	\$ 15,00	La Candelaria Valle de los collanes

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

c) Sitios artesanales

En la siguiente tabla se enlistan los sitios donde se elaboran artesanías y sus características, esta información permite conocer si en el territorio de la mancomunidad hay planta turística y de acuerdo a sus características tomar los productos, servicios y costos para el diseño de los productos turísticos.

Tabla 54. Sitios artesanales

Nº	NOMBRE	ACTIVIDAD	PRODUCTOS	CANTIDAD DE PRODUCCIÓN	PRECIO	LUGAR DE COMERCIALIZACIÓN	FACILIDADES
1	Amelia Amaguaña	Manufactura	Elaboración de chimbas	10 diarias	\$0,20 ctvs C/U	Casa	Vía asfaltada Luz y Agua
2	María Mercedes Vargas	Manufactura	Esteras Chimbas	1 diaria 4 diaria	\$3,00 C/U \$0,18 ctvs C/U	Casa	Sendero Luz y agua
3	Nelson Amaguaña	Manufactura	Canastos Esteras Chimbas	6 canastos por día 2 docenas semana 200 por semana	\$1,50 -\$3,00 C/U \$3,00 C/U \$0,18 ctvs C/U	Plaza Dávalos Casa	Sendero Luz Agua Baño
4	Olga Arévalo	Manufactura	Llamas de totora Paneras de totora Individuales	12 diarias 2 semanal	\$2,00 - \$7,00	Trabajo bajo pedido Es acopiadora y Posee un sitio de venta en el casco parroquial de San Gerardo	Sendero Luz Agua Baño Teléfono
5	Rosario Satán	Manufactura	Esteras Chimbas	1 Estera diaria 4 Chimbas diaria	\$40 por docena \$0,18 ctvs C/U	Plaza Dávalos Casa	Sendero Luz Agua
6	María Moyón	Manufactura	Esteras Canastos	12 semanal 6 semanal	\$25,00 la docena \$3,00 C/U	Plaza Dávalos Casa	Sendero Luz Agua Baño
7	Ignacio Satán	Manufactura	Esteras	12 semanal	\$35,00 la docena	Casa	Vía Lastrada

			Chimbas	200 semanal	\$0,18 ctvs C/U		Sendero Luz Agua Baño
8	Gerardo Chuisa	Manufactura	Esteras	2 diarias	\$ 4,00 C/U	Casa	Vía Lastrada Sendero Luz Agua Baño
9	José Ocaña	Manufactura	Ponchos de lana de borrego	6 semanales	\$30,00 C/U	Bajo pedido	Vía Lastrada Sendero Luz Agua Baño
10	Francisco Cabrera	Manufactura	Ponchos de lana de borrego	6 semanales	\$30,00 C/U	Bajo pedido	Vía Lastrada Sendero Luz Agua Baño

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

d) Servicios de recreación

En la siguiente tabla se enlistan los sitios de recreación y sus características, esta información permite conocer si en el territorio de la mancomunidad hay planta turística y de acuerdo a sus características tomar los productos, servicios y costos para incluir en el diseño de los productos turísticos.

Tabla 55. Sitios de recreación

NOMBRE	ACTIVIDAD	PLAZAS	PRECIO	HORARIO DE TENCIÓN	LOCALIZACIÓN
Piscina	Recreación	No especificado	0,50 ctvs. Los niños \$1,00 los adultos	Los días sábados y domingo De 8h00 a 17h00	Cubijés
Albergue la Candelaria	Alquiler de caballos	No especificado debido a que se trabaja con las personas de la comunidad	\$15, 00 p/per	Atención bajo reserva	La Candelaria
Hacienda Releche	Alquiler de caballos	No especificado debido a que se trabaja con las personas de la comunidad	\$25 p/per	Atención bajo reserva	La Candelaria Comunidad Releche

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

e) Servicios de guianza

En la siguiente tabla se enlistan los sitios donde se presta el servicio de guianza y sus características, esta información permite incluir este servicio en el diseño de los productos turísticos.

Tabla 56. Servicios de Guianza

NOMBRE	SERVICIO	COSTO	UBICACIÓN
Albergue La Candelaria	Guianza	\$12	La Candelaria Comunidad Releche
Hacienda Releche	Guianza	\$13,00	La Candelaria

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

f) Medios de transporte

En la siguiente tabla se detalla los medios de transporte que llegan hasta las parroquias que integran la mancomunidad, datos que sirven para la planificación y diseño de los productos turísticos.

Tabla 57. Medios de transporte

COOPERATIVA	TERMINAL DE SALIDA Y LLEGADA	Horarios Disponibles	PRECIO	SITIO DE DESTINO
Bayushig	Terminal Oriental	De 5:30 am a 7.30 pm	\$0,60	San Antonio de Bayushig
Bayushig	Terminal Oriental	06:30; 12:20; 13:20; 17:00	\$0,60	Tarau
Bayushig	Terminal Oriental	06:40; 11:00; 13:20; 17:00	\$ 1,00	Rey Leche
Bayushig	Terminal Oriental	06:40; 11:00; 13:20; 17:00	\$1,00	Matriz la Candelaria
Bayushig	Terminal Oriental	06:30 am a 7:30 pm	\$0,25	Cubijíes
Quimiag	Terminal Oriental	De 6:15 am a 22:15 pm	\$0,25	Cabecera parroquial de Cubijíes, San Clemente, El Porlón y el Socorro
San Lucas	Terminal Oriental	6:30 a.m. 7:30 a.m. 10:30 a.m. 11:00 a.m.	\$0,40	La providencia
Quimiag	Terminal Oriental	De 6:15 am a 22:15 pm	\$0,40	Quimiag
Bus urbano Línea 12	Barrio el Batán	De 6:30 am a 7:30 pm	\$0,25	San Gerardo

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

g) Vías de acceso hacia las parroquias que integran la mancomunidad

En la siguiente tabla se presenta la información referente a las vías de acceso que conectan las parroquias que pertenecen a la mancomunidad y que sirven para establecer las vías de acceso de los productos turísticos.

Tabla 58. Accesos hacia las parroquias de la mancomunidad.

TIPO	CONEXIÓN	LONGITUD	UBICACIÓN	OBSERVACIONES
Primer Orden	Riobamba - Penipe	22,2 km	Contones Riobamba y Penipe	Vía asfaltada
Primer Orden	Riobamba – La Candelaria	33km	Candelaria	Vía asfaltada
Primer Orden	Penipe – La Candelaria	11,18 km	Cantón Penipe	Vía asfaltada
Primer Orden	Riobamba-Cabecera parroquial de Cubijíes	7,9 km	Cubijíes	Adoquinado Buen estado
Primer Orden	Riobamba- Quimiag	4,12 km	Quimiag	Vía Asfaltada - Puente principal de ingreso a la Parroquia sobre el Rio Chambo
Segundo Orden	Vía a Penipe – Guanando	5,2 km	Guanando	Vía de tierra desde el Rio Chambo
Primer Orden	Riobamba – San Gerardo	3km	San Gerardo	Vía asfaltada
Primer Orden	Penipe - San Antonio de Bayushig	3,5 km	Bayushig	Vía asfaltada
Vía de Segundo Orden	Quimiag - Bocatoma	19,48 km	Quimiag	Vía de tierra
Camino de tierra	Comunidad Releche – Nevado el Altar	12,5 km	Candelaria	Sendero de tierra hacia el Valle de los Collanes
Camino de tierra	Bocatoma – Laguna de Mandur	8 km	Quimiag	Sendero de tierra hacia las lagunas del Parque Nacional Sangay
Sendero	Valle de los Collanes – Laguna Amarilla	4,5 km	La Candelaria	Sendero que cruza el valle de los collanes

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

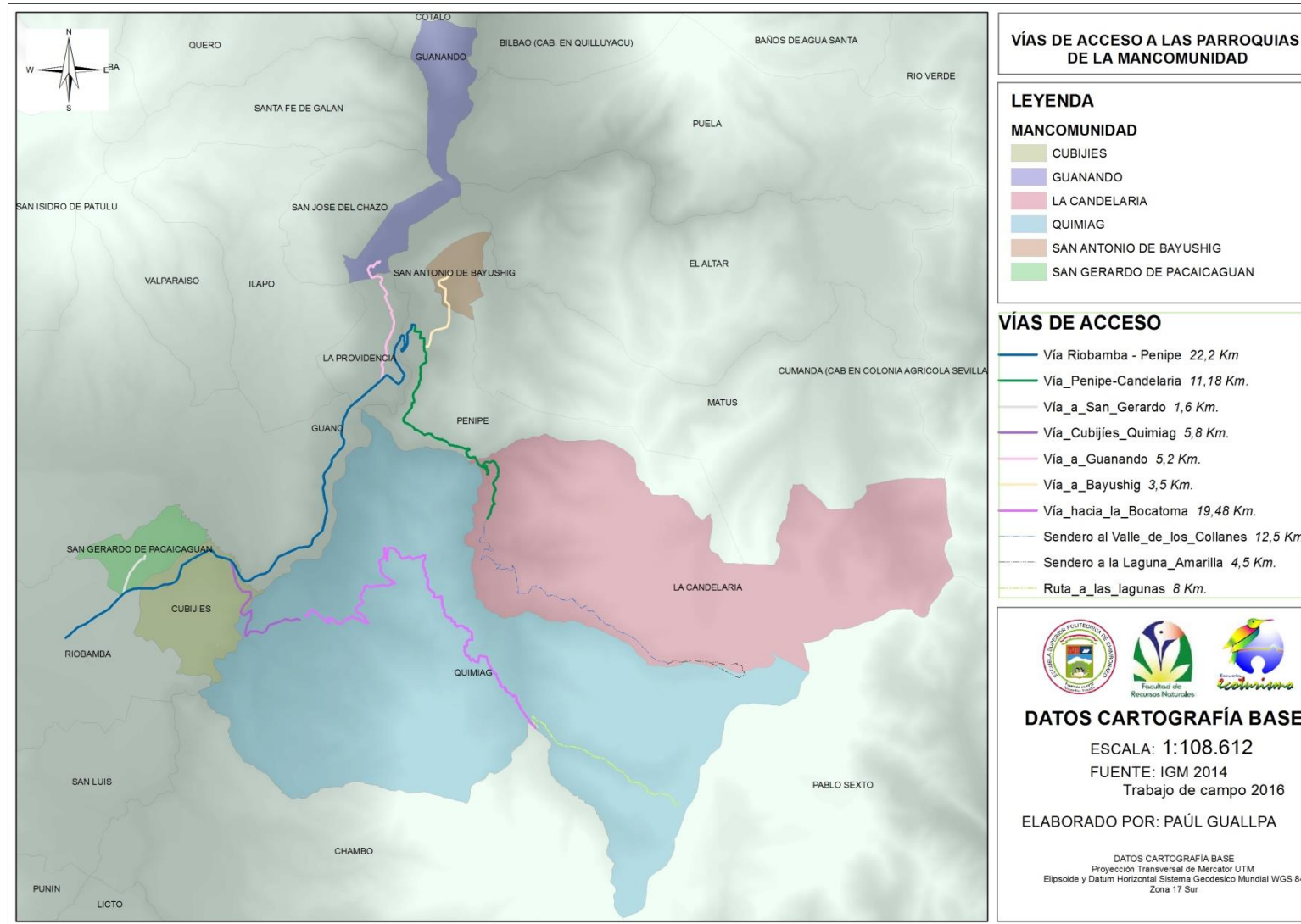


Figura 19. Mapa de Vías hacia las parroquias de la Mancomunidad “CPAMV”

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa.

h) Oferta productiva de la parroquia Bayushig

Tabla 59. Productores de la parroquia Bayushig

N°	NOMBRE	ACTIVIDAD	SUPERFICIE PRODUCTIVA	PRODUCTOS	CANTIDAD DE PRODUCCIÓN	PRECIO	LUGAR DE COMERCIALIZACIÓN	FACILIDADES
1	Elvia inga	Productor de frutas	100 m²	Manzana Pera Durazno Claudia	25 cajas semanal 5 cajas semanal 2 cajas semanal 20 cajas semanal	\$4,00 - \$20,00	Mercados Mayorista La esperanza	Sendero de ingreso Posee agua potable
2	Mariana Baldeón	Productor de frutas	100 m²	Manzana Pera Durazno Claudia	20 cajas semanal 12 cajas semanal 14 cajas semanal 7 cajas semanal	\$10,00 - \$20,00	Mercado Mayorista y en el sitio	Vías asfaltada de ingreso Luz, Agua, Servicio higiénico
3		Productor de frutas	-	Manzana Pera Durazno Claudia	40 cajas semanal 50 cajas semanal 10 cajas semanal 30 cajas semanal	\$10,00 - \$25,00	Mercados Mayorista La esperanza	Vía adoquinada de ingreso Luz, Agua, Servicio higiénico, teléfono convencional
4	Transito Vallejo moreno	Agricultor	100 m²	Maíz Habas Papas Frutas	1 saca semanal 1 saca semanal 1 saca semanal 2 cajas semanal	\$10,00 - \$20,00	Mercado Mayorista Casa	Sendero de ingreso Luz, Agua, Servicio higiénico
5	Olga Guamán	Productor de frutas	100 m²	Manzana Pera Claudia	5 cajas total 4 cajas total 3 cajas total	Frutas son para autoconsumo	Frutas son para autoconsumo	Vías asfaltada de ingreso Luz, Agua, Servicio higiénico

				Maíz	40 sacas total	\$ 20,00		
6	Luz Inca Hernández	Productor de frutas	100 m²	Maíz	10 sacos total	Para autoconsumo	Para autoconsumo	Vías adoquinada de ingreso Luz, Agua, Servicio higiénico
7	Martha Chunata	Productor de frutas	4 hectáreas	Maíz Papas	280 quintales 1000 quintales	\$13,00 -15,00 \$25,00	Mercado Mayorista	Vías lastrada de ingreso Luz, Agua, Servicio higiénico
8	Teresa Villegas	Crianza de Chanchos	-	Cerdos	5 crías 2 grandes semanal	\$60,00 \$120,00	Bayushig	Vías lastrada de ingreso Luz, Agua, Servicio higiénico
9	María Chunata	Agricultor	2 hectáreas	Maíz Papas	100 qq semanal 160 sacos mensual	\$20,00 \$20,00	Mercado mayorista	Vías lastrada de ingreso Luz, Agua, Servicio higiénico y teléfono convencional
10	Lucia Tacuri	Productor de frutas	100 m²	Manzana Pera Claudia	4 cajas semanal 3 cajas semanal 2 cajas semanal	\$5,00 - \$15,00	Mercado la Esperanza	Vías Asfaltada y sendero de ingreso Luz, Agua, Servicio higiénico
11	Rommel Haro	Productor de frutas	2 hectáreas	Mora Durazno Manzana Amaranto Tilapia	12 – 20 cajas semanal	\$8,00 - \$25,00	Mercado Mayorista	Vías Asfaltada de ingreso Luz, Agua, Servicio higiénico
12	-	Productor de frutas	200 m²	Manzana Durazno Pera Claudia	24 cajas semanal 4 cajas semanal 5 cajas semanal 6 cajas semanal	\$12,00 - \$18,00	Mercado La Esperanza	Vías lastrada de ingreso Luz, Agua, Servicio higiénico y teléfono convencional

13	-	Productor de frutas	500 m ²	Manzana Pera Claudia	2 cajas semanal 7 cajas semanal 7 cajas semanal	\$8,00 - \$10,00	Mercado La Esperanza En casa	Sendero de ingreso Luz, Agua, Servicio higiénico
14	Paulina Shunaca	Agricultor	50 m ²	Manzanas	1 Caja semanal	-	Autoconsumo	Luz, Agua, Servicio higiénico
15	Ángela Guamán Criollo	Productor de frutas con plantación nueva	50 m ²	-	-	-	-	Vías adoquinada de ingreso Luz, Agua, Servicio higiénico

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

b. Análisis de la oferta sustitutiva

Para determinar la oferta sustitutiva se han considerado a los prestadores de servicios turísticos de los cantones Baños, Colta, Guamote y Puyo debido a la cercanía con los territorios que conforman la Mancomunidad.

1) Prestadores de servicios turísticos del cantón Baños

Tabla 60. Establecimientos hoteleros del cantón Baños

No.	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	SERVICIOS	N° HABITACIONES	N° PLAZAS	Precio
1	Hotel Sangay	Plaza Ayora 100	(03) 2740-490	Hospedaje, Sala de Conferencias, Restaurante, piscinas, Discoteca, Cafetería	21 Habitaciones Estándar Republicanas - 26 Habitaciones Estándar Cabañas - 16 Habitaciones Estándar Ejecutivas con balcón - 2 Junior Suites con balcón Capacidad	140 personas	HAB SPL \$24,00 HAB DBL \$40,00 HAB TL \$50,00
2	Hotel Palace	Montalvo 20-03 / Baños	(03)274-0470	Hospedaje Piscina, spa, baño turco, jacuzzi, hidromasaje. Restaurante			HAB SPL \$20,00 HAB DBL \$40,00 HAB TL \$50,00
3	Hotel Samari Spa Resort	Av. de las Amazonas, Vía a Puyo Km. 1	(03) 274 1855	Alojamiento, piscina, sauna, baño turco e hidromasaje	37HAB		Comfort: \$186,66 Deluxe: 213,50 Familiar: \$339,16 Junio Suite \$253,76
4	Hotel Volcano	Rafael Vieira y Av. Montalvo	(03)2742381/022243284	Hospedaje, Restaurante, piscina, Jacuzzi,	12 HAB	45 personas	ID \$76,86 DBL \$90,28 TPL\$118,34 CPL \$147,62 QPL \$184,22

							SUITE \$100,00
5	Hostería Monte Selva	Halfplants y Montalvo	(03) 2740566	Hospedaje Restauración Tours (Jumping, Canopy, Canyoning, Rafting, Treaking)	22 HAB	97 personas	Matrimonial \$81,76 DBL \$81,76 TPL \$116,81 CPL \$139,32 QPL \$166,77 SUITE \$131,08 Cabañas TPL \$116,81 CPL \$139,32 QPL \$166,77
6	Hostería Bascún	Avenida El Salado 617	(03) 2740740	Alojamiento, Restaurante,	45 HAB	150 personas	SPL \$32,00 DBL \$60,00 TPL \$71,00
7	Hostería Luna Runtún	Vía a Runtun Km 6	(03) 2740 882	Alojamiento, Restaurante, TOURS caminatas, rafting, canyoning, canopy, bicicletas, caballos, viajes a través del campo, Amazonía y programas de observación de aves	29 HAB	73 personas	SUIT \$290,00
8	Hotel Flor de Oriente	Maldonado y Ambato	(03) 2740 418 - 2740 717	Hospedaje Restaurante	33 HAB	70 personas	\$20,00 x Pax
9	Hostería Agoyán	Av. Amazonas Km 5 Vía Baños - Puyo	(03)-277-6111	Hospedaje Restaurante Piscina	29 HAB	60 personas	SPL \$35,00 DBL \$62,00 TPL \$90,00 SUITE \$125,00 ECONÓMICAS \$68,00

10	Comunidad Pondo	Parroquia Baños de Agua Santa	(09) 575-0337.	Alojamiento en Cabañas y Zona de Camping Alquiler de Caballos y bicicletas	6 HAB	20 personas	Alojamiento \$39,00 x pax \$20,00 alquiler de caballos
----	-----------------	-------------------------------	----------------	---	-------	-------------	---

Fuente: Web Hotelera, 2016

Elaborado por: Paúl Gualpa

Tabla 61. Principales agencias de viaje del cantón Baños

No.	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	PRODUCTOS
1	Agencia de viajes Cordova Tours	Calle C y Margaritas, Barrio el Recreo	(03)2-740-923	Hospedaje Tours en Chiva Deportes de aventura Turismo Comunitario
2	Agencia de viajes Auca Tours			
3	Agencia de viajes Rio Loco	Maldonado Y Luis A.Martinez	(03) 2740 929	Caballos · Montañas · Tours en Bicicleta · Selva · Galápagos Ambato y Alfaro Baños - Tungurahua
4	Adventure Equatorland Travel Agency	Calle: Luis A. Martinez y 16 de Diciembre	03 2740360	Tours en bicicleta Deportes de aventura Cabalgatas Trekking en los andes
5	Aninga Travel	Luis A. Martinez y 16 de Diciembre	(03)2743372	Deportes de aventura Trekking (Cotopaxi, Quilotoa y Chimborazo) 6Treking en la selva

6	Mountain Guides Ecuador	Las Cucardas y los Helechos - Callejón # 5	09 8505 0678	D7eportes de aventura Trekking Transporte turístico Turismo en todo el Ecuador
7	Geo Tours Baños	Ambato y Halflants	(03) 2741 344	Deportes de aventura Trekking
8	Imagine Ecuador	16 de Diciembre Street, entre Montalvo y la calle Luis A. Martinez	(03)2743472	Tours en la amazonia Deportes de aventura Tours en Galápagos
9	Luna Runtun, Adventure SPA	Vía a Runtun Km 6	(03) 2740 882	Hospedaje Tours en la amazonia Deportes de aventura Tour al parque nacional Llanganates
10	Team Aventure	Oriente s/n y Thomas Halflants	03 2742 195	Ruta de las cascadas Rafting Canyoning Expediciones en selva y montaña
11	Puntzán Canopy	Km3 vía a runtún	Claro: 0985622402 Movistar: 0983246553	Canoping Camping Pesca
12	Wonderfulecuador	Oriente & Maldonado	(03)2741580	Deportes de aventura Cabalgatas Ciclismo

Fuente: Web de operadores turísticos, 2016

Elaborado por: Paúl Gualpa

2) Prestadores de servicios turísticos del cantón Colta

Tabla 62. Establecimientos hoteleros del cantón Colta

No.	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	SERVICIOS	N° HABITACIONES	N° PLAZAS	Precio
1	Hotel Suma Pakari	AV. UNIDAD NACIONAL Y AV. DEL MAESTRO, JUNTO AL COLISEO, COLTA	(03) 2912 524	Hospedaje y Alimentación	-	70 personas	Matrimonial: \$25,00 DBL \$35,00 CDPL \$60 SPL \$15,00
2	Hastal Colta	Av. 8 De Abril Y 25 De Agosto		Hospedaje	12 HAB	50 personas	\$10,00 Habitación con baño privado \$7,00 Habitación sin baño privado

Fuente: Web Hotelera, 2016

Elaborado por: Paúl Gualpa

Tabla 63. Centros de turismo comunitario

No.	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	Contactos	LLEGADAS	PRODUCTOS
1	San Martín Alto	Vía Panamericana Cuenca, por la entrada a la comunidad Calancha del puente negro	locepeda@gmail.com	180 turistas anuales	Recorridos por la comunidad San Martín Visita a Granjas Presentaciones folklóricas

Fuente: COPROBICH, 2016

Elaborado por: Paúl Gualpa

3) Prestadores de servicios turísticos de la ciudad del Puyo

Tabla 64. Establecimientos hoteleros de la ciudad del Puyo

No.	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	SERVICIOS	N° HABITACIONES	N° PLAZAS	Precio
1	Hotel Puyo El Jardin Relax	Barrio Obrero (Cruzando el puente colgante), 45, Puyo	(03) 289-2253	Hospedaje y alimentación Renta de bicicletas para recorridos	10 HAB	30 personas	\$85,00
2	Hotel San Patricio	Av. 20 de Julio y Guayas Barrio Obrero Puyo-Pastaza-Ecuador	(03) 2892-363	Hospedaje y alimentación Escalada deportiva	30 HAB	-	\$45,00
3	Hostería Turingia	Av Francisco de Orellana, Puyo	(03) 288-5180	Hospedaje y alimentación Piscina	40 HAB	88 Personas	SPL \$35,00 MATRIMONIAL: \$50,00 DBL \$50,00 TPL \$80,00 CPL \$90,00 QTPL \$100,00 SUITE \$135,00
4	HOSTAL MILENIUM	27 de Febrero, Puyo	(03) 288-4691	Hospedaje y Alimentación	23 HAB	43 Personas	SPL \$11,00 DBL \$22,00 TPL \$33,00
5	Gran Hotel Amazonico	Calle Atahualpa y General Villamil. Sector la Y, Puyo	(03) 288-3094	Hospedaje y Alimentación	25 HAB		\$22,00
6	Cabañas Los Copales	Sector La moravia, Vía a Baños	(03) 279-5290	Hospedaje y Alimentación	18 Cabañas	40 Personas	\$20,00
7	LF Hotel	Cacique Nayapi sin número, Puyo	(03) 288-6922	Hospedaje y Alimentación	16 HAB		\$25,00
8	Hotel San Luis	Puyo	(03) 288-4064	Hospedaje y Alimentación	30 HAB	48 Personas	\$25,00

9	Hostería Finca El Pigual	Puyo	(03) 288-6137	Hospedaje y Alimentación Piscinas Tours en la naturaleza	30 HAB	90 Personas	SPL \$49,11 DBL \$91,37 TPL \$127,20 CDPL \$155,84 Familiar \$216,07
---	--------------------------	------	---------------	--	--------	-------------	--

Fuente: Web Hotelera, 2016

Elaborado por: Paúl Gualpa

Tabla 65. Principales agencias de viaje

No.	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	PRODUCTOS
1	Shiran Nantu	Calle Ceslao Marín entre calle 27 de Febrero y calle, Calle 9 de Octubre, Puyo	(03) 2885667	Tours en todo el país
2	Coca Tours	27 DE FEBRERO Y CESLAO MARIN, Puyo, Pastaza	(03)2886108	Viajes de turismo en la amazonía
3	Selva Vida	Calle Ceslao Marin sector “La Y”, junto al Banco de Fomento	(03)2889 729	Deportes de aventura Ayahusca Caminatas en la Amazonía
4	Amazonía Jungle	Teniente Ortiz y 10 de Agosto - Puyo - Pastaza	0984216903 / 032883512	Tours a la selva City tours Turismo comunitario
5	Ayahusca Tours	Puyo	(03)2890 609	Parque Nacional Yasuní Reserva Hola Vida Ayahusca Deportes de aventura
6	Expediciones el Pigual	Final de la calle Tungurahua s/n Malecón Río Puyo	(03)2 886 137	Turismo Comunitario Reserva Hola Vida Alojamiento y alimentación

Fuente: Web Hotelera, 2016.

Elaborado por: Paúl Gualpa

4) Prestadores de servicios de la Mancomunidad Atillo

a) Servicios de alojamiento de la Mancomunidad Atillo

En el siguiente cuadro se enlistan los locales que prestan servicios de alojamiento en la Mancomunidad Corredor Turístico Centro Amazónico Atillo.

Tabla 66. Lista de establecimientos de alojamiento de la Mancomunidad Atillo.

#	NOMBRE	TIPO	PRECIO	PLAZAS	HORARIO	UBICACIÓN	CONTACTO
1	Ranchito la Posada	Cabaña	7 \$ x noche	7	Lunes a domingo 7:00 am a 8:00 pm	Parroquia Cebadas – Comunidad Atillo	033014401
2	Los Sakines	Cabaña	7 \$ x noche	7	Lunes a domingo 7:00 am a 9:00 pm	Parroquia Cebadas – Comunidad Atillo	033014383
3	Kelvin Heredia	Cabaña	10 \$ x noche	15	Lunes a domingo 7:00 am a 8:00 pm	Parroquia Cebadas	-
4	Centro de Capacitación Guaslán		\$ 7,00 por noche	52	Lunes a viernes	Parroquia San Luis, comunidad Guaslán	0337119
5	Ecogranja Pakunshy		\$ 1,00 por noche Servicio de camping.	-	Lunes a domingo	Parroquia Punín	0984900308

Fuente: Christian Pelaez (Diseño de Circuitos para la Mancomunidad Atillo, 2015)

b) Servicio de guianza de la oferta sustitutiva

Tabla 67. Lista de servidores de guianza de la Mancomunidad Atillo.

#	NOMBRE	SERVICIO	CSOTO	UBICACIÓN	CONTACTO
1	Ranchito la Posada	Cabalgata Caminata	2,00 \$ 5.00\$	Parroquia Cebadas – Comunidad Atillo	033014401
2	Los Sakines	Cabalgata Caminata	2,00 \$ 5,00 \$	Parroquia Cebadas – Comunidad Atillo	033014383
3	Comunidad Alao	Cabalgata caminata	15,00 \$ 10,00 \$	Parroquia Pungala - Comunidad Atillo	-

Fuente: Christian Pelaez (Diseño de Circuitos para la Mancomunidad Atillo, 2015)

En la Mancomunidad Atillo existen 3 establecimientos que prestan el servicio de guianza con guías nativos.

5) Organizaciones que trabajan con turismo comunitario en la provincia de Chimborazo y de la parte central del país.

Entre las organizaciones no gubernamentales que trabajan dentro de las actividades turísticas comunitarias, están:

Tabla 68. Caracterización de los centros de turismo comunitario.

Nº	NOMBRE CTC	UBICACIÓN	SERVICIOS TURÍSTICOS OFERTADOS	INGRESO ANUAL DE TURISTAS	ACTIVIDADES PRINCIPALES QUE OFRECEN
1	CALSHI	Comunidad Calshi, parroquia San Andrés, cantón Guano.	Hospedaje: Cuenta con una cabaña con dos habitaciones (dobles) y una capacidad instalada para 8 pax. Precio por noche y por persona \$20, 00 USD. Restauración: Comedor con 3 mesas y 15 sillas. Precio por plato \$ 8,50 USD. Los centros de hospedaje y restauración son de construcción mixta, a base de adobe y paja. Guianza: Se cuenta con 3 guías nativos. Elementos de alquiler: Ninguno.	0 visitantes debido que atraviesa problemas internos.	Observación de aves Paseos, caminatas Práctica de actividades agrícolas en huertos orgánicos familiares. Actividades espirituales, religiosas y de cosmovisión.
2	ARTESA CHUQUIPOGIO	Comunidad Santa Lucía de Chuquipogio, parroquia San Andrés, cantón Guano	Hospedaje: Cuenta con un albergue comunitario, con 2 habitaciones (múltiples) y una capacidad instalada para 8 pax. Precio por noche \$ 20,00 USD. Restauración: Comedor con 3 mesas, 20 sillas. Ofrece desayunos, almuerzos y cenas. Precio por plato \$ 8,50 USD. Los centros de hospedaje y restauración están construidos con ladrillo y teja. Guianza: Se cuenta con 3 guías nativos. Elementos de alquiler: Caballos.	Sin registro	Elaboración de artesanías a base de paja. Caminatas por senderos Paseos en llamas

3	RAZU ÑAN PULINGUÍ	Comunidad Pulinguí Centro, parroquia San Andrés, cantón Guano.	Hospedaje: Albergue comunitario con 5 habitaciones (Múltiples) y una capacidad instalada para 30 pax. Precio por noche y por pax \$20,00 USD. Restauración: Comedor con 3 mesas, 20 sillas. Ofrece desayunos, almuerzos y cenas. Precio por plato \$8,50 USD. Los centros de hospedaje y restauración están contruidos con ladrillo y eternit. Guianza: Se cuenta con 4 guías nativos. Elementos de alquiler: Ninguno.	Sin registro	Turismo de naturaleza: Ruta al Último Hielero del Chimborazo Observación de aves. Senderismo
4	UCASAJ	Comunidad San Juan, parroquia San Juan, Cantón Riobamba.	Hospedaje: Albergue comunitario con 4 habitaciones (1 doble; 3 múltiples) y una capacidad instalada para 20 pax. Precio por noche y por pax \$20,00 USD. Restauración: Restaurante con 8 mesas, 25 sillas. Ofrece desayunos, almuerzos y cenas. Precio por plato \$8,50 USD. Los centros de hospedaje y restauración están contruidos con ladrillo y eternit. Guianza: Se cuenta con 3 guías nativos. Elementos de alquiler: Ninguno.	Sin registro	Práctica de actividades agrícolas en huertos orgánicos familiares. Actividades espirituales, religiosas y de cosmovisión
5	QUILLA PACARI	Comunidad San Francisco de Cunuguachay, Parroquia Calpi, Cantón Riobamba.	Hospedaje: Albergue comunitario con 2 habitaciones (múltiples), cabaña con 2 habitaciones (dobles) y una capacidad instalada para 20 pax. Precio por noche y por pax \$20,00 USD. Restauración: Comedor con 2 mesa, 15 sillas. Ofrece desayunos, almuerzos y cenas. Precio por plato \$8,50 USD. Los centros de hospedaje y restauración son de construcción mixta, a base de adobe y paja. Guianza: Se cuenta con 2 guías nativos. Elementos de alquiler: Ninguno.	Sin registro	Convivencia comunitaria. Paseos y caminatas Prácticas de medicina tradicional andina Elaboración de artesanías Degustación de comida típica Voluntariado
6	SUMAK KAWSAY	Comunidad Palacio Real, parroquia Calpi, cantón Riobamba.	Hospedaje: El CTC no cuenta con este servicio. Restauración: Restaurante con 10 mesas, 50 sillas. Ofrece almuerzos y platos especiales (carne de llama). Precio por plato \$8,50 USD. El centro de restauración está construido a base de ladrillo y paja. Guianza: Se cuenta con 5 guías nativos. Elementos de alquiler: Ninguno	2500 visitantes 2125 extranjeros 375 nacionales	Senderismo Paseos en llamas Visitas al museo de la llama

7	CASA CÓNDOR	Comunidad de Pulinguí San Pablo parroquia San Juan, Cantón Riobamba.	Hospedaje: Cabaña con 6 habitaciones (4 dobles; 2 múltiples) y una capacidad instalada para 36 pax. Precio por noche y por pax \$20,00 USD. Restauración: Comedor con 10 mesas, 30 sillas. Ofrece desayunos, almuerzos, cenas. Precio por plato \$8,50 USD. Los centros de hospedaje y restauración están contruidos con ladrillo y eternit recubierto de paja. Guianza: Se cuenta con 3 guías nativos y 20 guías naturalistas. Elementos de alquiler: Caballos.	589 visitantes 530 extranjeros 59 nacionales	Aventura, deportes Cabalgatas Paseos, caminatas Recorridos hacia los refugios del Chimborazo, bosque de Polylepis y el Templo Machay.
8	CEDIBAL	Comunidad Guarguallá Chico, parroquia Cebadas, cantón Guamote	Hospedaje: El CTC no cuenta con este servicio. Restauración: Restaurante con 3 mesas, 15 sillas. Ofrece desayunos, almuerzos y meriendas. Precio por plato \$8,50 USD. El centro de restauración está construido a base de paja y adobe. Guianza: Se cuenta con 2 guías nativos. Elementos de alquiler: Ninguno.	Sin registro	Paseos, caminatas Visita y participación de proyectos relacionados a la producción orgánica de la quinua.
9	GUARGUALLÁ	Comunidad Guarguallá, parroquia Cebadas, cantón Guamote.	Hospedaje: Albergue comunitario con 3 habitaciones (2 dobles; 1 múltiple) y una capacidad instalada para 15 pax. Precio por noche y por pax \$20,00 USD. Restauración: Comedor con 4 mesas, 15 sillas. Ofrece desayunos, almuerzos y cenas. Precio por plato \$8,50 USD. Los centros de hospedaje y restauración están contruidos con ladrillo y paja. Guianza: Se cuenta con 5 guías nativos y 3 guías Naturalistas. Elementos de alquiler: Caballos.	120 visitantes 108 extranjeros 12 nacionales	Senderismo en la ruta hacia el volcán Sangay. Convivencia con la comunidad. Observación de aves Cabalgatas
10	NIZAG	Comunidad Nizag, Parroquia La Matriz, Cantón Alausí.	Hospedaje: Albergue comunitario con 2 habitaciones (dobles) y una capacidad instalada para 6 pax. Precio por noche y por pax \$20,00 USD. Restauración: Comedor con 4 mesas, 16 sillas. Ofrece desayunos, almuerzos y cenas. Precio por plato \$8,50 USD. Los centros de hospedaje y restauración están contruidos con ladrillo y paja. Guianza: Se cuenta con 3 guías nativos. Elementos de alquiler: Caballos.	Sin registro	Elaboración de artesanías en fibra de cabuya. Convivencia con la comunidad. Cabalgatas y senderismo en la ruta Nariz del Diablo

11	CEDEIN	Comunidad Chinigua, Parroquia San Juan, cantón Riobamba	Hospedaje: El CTC no cuenta con este servicio. Restauración: El CTC no cuenta con este servicio. Guianza: El CTC no cuenta con este servicio. Elementos de alquiler: Ninguno.	No opera debido a que esta fuera de servicio el restaurante.	Actualmente no se ofertan actividades turísticas definidas, pues se ha dado mayor interés a la elaboración de proyectos productivos (producción de manzanilla).
----	--------	---	--	--	---

Fuente: Iveth Días (Diseño de un Producto de Turismo Rural Comunitario para la Asociación Turística “Senderos Al Volcán” Parroquia Puela), 2015

La CORDTUCH es la organización dueña de la Operadora Puruha Razurku creada para las organizaciones comunitarias permitiendo la comercialización que facilita a sus socios la venta de artesanías, productos orgánicos y paquetes turísticos detallándolos a continuación:

Tabla 69. Caracterización de los paquetes turísticos Puruhá Trekking

NOMBRE DEL TOUR	RECORRIDO	DURACIÓN	PRECIOS POR PAX	
			# PAX	PRECIO
Llama Trekking	Riobamba – Sumak Kawsay – Riobamba	1D	2 – 3 pax 4 – 9 pax Más de 10 pax	\$ 41,80 \$ 36,30 \$ 23,60
Los Hieleros del Chimborazo	Riobamba –Razu Ñan – Hieleros del Chimborazo -Riobamba.	2D/ 1 N	2 – 3 pax 4 – 9 pax Más de 10 pax	\$ 139,70 \$ 101,20 \$ 69,30
Bosque de Polylepis	Riobamba – Casa Cóndor – Bosque de Polylepis – Riobamba	1D	* Cabalgatas: 2 – 3 pax 4 – 9 pax * Caminatas: 2 – 3 pax 4 – 9 pax Más de 10 pax	\$ 77,00 \$ 66,00 \$ 41,80 \$ 36,30 \$ 24,20

Bosque de Polylepis + Cóndor Wasy	Riobamba – Casa Cóndor – Bosque de Polylepis – Riobamba	2D/ 1N	2 – 3 pax 4 – 9 pax Más de 10 pax	\$ 114,40 \$ 91,30 \$ 69,30
Expedición al Templo Machay	Riobamba – Casa Cóndor – Templo Machay	1D	* Caminatas: 2 – 3 pax 4 – 9 pax Más de 10 pax * Cabalgatas: 2 – 3 pax 4 – 9 pax	\$ 50,60 \$ 41,80 \$ 28,60 \$ 83,60 \$ 74,80

Tabla 70. Caracterización de los paquetes turísticos Puruhá Biking

NOMBRE DEL TOUR	RECORRIDO	DURACIÓN	PRECIOS POR PAX	
			# PAX	PRECIO
Ruta cicloturística Talagua	1er Refugio del Chimborazo – Casa Cóndor – Vía Talagua – Comunidad Cuatro Esquinas – Razu Ñan	1D	2 – 3 pax 4 – 9 pax	\$ 60,50 \$ 44,00
Ruta cicloturística Capac Ñan	Mira Loma –Tzalarón – San Francisco de Telán – Pulucate Alto – Cintaguazo – Cintaguazo Centro – Convalicencia – Comunidad Badalupaxi Alto – La Providencia	1D	2 – 3 pax 4 – 9 pax	\$ 60,50 \$ 44,00
Ruta cicloturística “Recorriendo la Sierra y la Amazonía”	Cebadas – Atillo – 9 de Octubre – Zuñag	1D	2 – 3 pax 4 – 9 pax	\$ 60,50 \$ 44,00
Ruta cicloturística Lagunas Encantadas	Laguna Cubillina –Charicando	1D	2 – 3 pax 4 – 9 pax	\$ 60,50 \$ 44,00
Ruta cicloturística La Ruta de los Artesanos	Riobamba - San Gerardo – Guano	1D	2 – 3 pax 4 – 9 pax	\$ 60,50 \$ 44,00

Fuente: Iveth Días (Diseño de un Producto de Turismo Rural Comunitario para la Asociación Turística “Senderos Al Volcán” Parroquia Puela), 2015

Tabla 71. Caracterización de los paquetes turísticos Puruhá Climbing

NOMBRE DEL TOUR	RECORRIDO	DURACIÓN	PRECIOS POR PAX	
			# PAX	PRECIO
Convivencia Comunitaria	Riobamba – Balbanera – Balda Lupaxi	1D	2 – 3 pax	\$ 47,25
			4 – 9 pax	\$ 42,00

Fuente: Iveth Días (Diseño de un Producto de Turismo Rural Comunitario para la Asociación Turística “Senderos Al Volcán” Parroquia Puela), 2015

Tabla 72. Caracterización de los paquetes turísticos Sierra centro

NOMBRE DEL TOUR	RECORRIDO	DURACIÓN	PRECIOS POR PAX	
			# PAX	PRECIO
Circuito Sierra centro	Riobamba – Sumak Kawsay – Razu Ñan – Salinas de Tomabela	2D / 1N	2 – 3 pax	\$ 151,80
			4 – 9 pax	\$ 115,50
			Más de 10 pax	\$ 97,00

Fuente: Iveth Días (Diseño de un Producto de Turismo Rural Comunitario para la Asociación Turística “Senderos Al Volcán” Parroquia Puela), 2015

Tabla 73. Caracterización de los circuitos turísticos Ruta Ecuador

NOMBRE DEL TOUR	RECORRIDO	DURACIÓN	PRECIOS POR PAX	
			# PAX	PRECIO
Ruta Ecuador, encuentro con pueblos ancestrales y escenarios multicolores	Quito – Otavalo – Papallacta - Tena – Capirona – Baños – Salasaca – Riobamba – Sumak Kawsay – Casa Cóndor – Ingapirca – Cuenca - Guayaquil –	17 D / 16 N	2 – 3 pax	\$ 4945,00
			4 – 9 pax	\$ 3220,00
			Más de 10 pax	\$ 2070,00

Fuente: Iveth Días (Diseño de un Producto de Turismo Rural Comunitario para la Asociación Turística “Senderos Al Volcán” Parroquia Puela), 2015

c. Oferta complementaria

1) Cantón Penipe

A continuación se presenta una lista de los establecimientos que se han podido registrar dentro de la zona.

a) Alojamiento

Tabla 74. Matriz de establecimientos de hospedaje del cantón Penipe

TIPO	EXISTENCIAS	NÚMERO DE HABITACIONES	PLAZAS HABITACIONES	NÚMERO DE MESAS	PLAZAS MESAS
Hostería	3	18	71	31	240
Total	3	18	71	31	240

Fuente: CASTELO, Santiago. 2013. Creación de la UTM para el cantón Penipe, Provincia de Chimborazo.

De los establecimientos de hospedaje presentes en el cantón Penipe existen 3 hosterías cercanas a la cabecera cantonal que pueden ser utilizadas como servicio de hospedaje complementario.

b) Alimentos y bebidas

Tabla 75. Matriz de establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Penipe

TIPO	EXISTENCIAS	NUMERO DE MESAS	PLAZAS MESAS
Kiosko	3	3	12
Heladería	2	3	20
Fuentes de Soda	2	3	18
Paradero Turístico	2	12	90
Restaurante	12	72	370
TOTAL	21	93	510

Fuente: CASTELO, Santiago. 2013. Creación de la UTM para el cantón Penipe, provincia de Chimborazo.

Dentro del servicio de restauración en el cantón existe una alta presencia de restaurantes (57%), seguido de kioscos (13%) y en menor proporción heladerías (10%), fuentes de soda (10%) y paraderos turísticos (10%). En el caso de los paraderos turísticos y restaurantes, la

mayoría de estos establecimientos brindan sus servicios únicamente los fines de semana, en feriados o bajo reservación, debido a que durante los días de la semana no existe una demanda considerable de turistas a la zona.

2) Cantón Riobamba

Tomando en cuenta la cercanía de las parroquias que forman parte de la Mancomunidad con la ciudad de Riobamba, y que ésta última posee atractivos que están posicionados en el mercado que motivan la realización de actividades de turismo se determina que los servicios turísticos de la ciudad de Riobamba se constituye en la oferta complementaria de la parroquia. A continuación un análisis breve sobre la situación actual de la planta turística de Riobamba.

a) Alojamiento

Tabla 76. Matriz de establecimientos de hospedaje del cantón Riobamba

TIPO	CATEGORÍA	EXISTENCIAS	NÚMERO DE HABITACIONES	PLAZAS HABITACIONES	NÚMERO DE MESAS	PLAZAS MESAS
Albergue	Primera	2	3	8	4	16
	Segunda	1	8	no registra	3	12
	Total	3	11	8	7	28
Motel	Segunda	1	no registra	no registra	8	32
	Tercera	2	20	40	0	0
	Total	3	20	40	8	32
Pensión	Segunda	2	22	28	0	0
	Tercera	7	74	168	35	40
	Cuarta	1	10	33	1	4
	Total	10	106	229	36	44
Hostal	Primera	7	114	168	67	268
	Segunda	11	184	378	91	364
	Tercera	19	260	457	86	344
	Total	37	558	1003	244	976
Hostal residencia	Segunda	4	22	39	12	48
	Tercera	23	278	489	82	328
	Total	27	300	528	94	376
Hostería	Segunda	5	62	139	41	164

	Tercera	3	16	36	6	24
	Total	8	78	175	47	188
Hotel	Lujo	1	12	31	6	24
	Primera	6	179	466	155	620
	Segunda	4	154	248	46	184
	Tercera	3	91	124	18	72
	Total	14	436	869	225	900
Hotel residencia	Segunda	1	17	32	0	0
	Total	1	17	32	0	0
Hotel apartamento	Tercera	1	6	18	6	24
	Total	1	6	18	6	24
TOTAL		101	1532	2902	667	2568

Fuente: Catastro Turístico MINTUR, 2014

Realizado por: Paúl guallpa

En la ciudad la mayor cantidad de establecimiento de hospedaje son hostales (35%), seguido por hostales residencia (26%), hoteles (13%), pensiones (10%), hosterías (8%), albergues (3%), moteles (3%), hoteles residencia (1%) y hoteles apartamento (1%). En cuanto a categorización existe un solo establecimiento de lujo. La capacidad instalada en el servicio de hospedaje supera los 2568 pax.

b) Comidas y bebidas

Tabla 77. Establecimientos de alimentación y bebidas del cantón Riobamba

TIPO	CATEGORÍA	EXISTENCIAS	NÚMERO DE MESAS	PLAZAS MESAS
Bar	Segunda	4	55	220
	Tercera	50	450	1800
	Total	54	505	2020
Cafetería	Segunda	2	16	64
	Tercera	9	70	280
	Cuarta	1	4	24
	Total	12	90	368
Fuente de soda	Primera	3	36	144
	Segunda	8	77	308
	Tercera	29	166	664
	Total	40	279	1116

Restaurante	Primera	3	32	128
	Segunda	29	341	1364
	Tercera	103	884	3536
	Cuarta	65	455	1820
	Total	200	1712	6848
TOTAL		306	2586	10352

Fuente: Catastro Turístico MINTUR, 2014

Realizado por: Paúl Gualpa

En cuanto a los establecimientos de alimentos y bebidas son en su mayoría restaurantes (65%), seguido por bares (18%), fuentes de soda (13%) y cafeterías (4%). La capacidad instalada en el servicio de alimentos y bebidas de la ciudad es para 10352 pax.

c) Recreación, diversión y esparcimiento

Tabla 78. Matriz de establecimientos de recreación, diversión y esparcimiento del cantón Riobamba

TIPO	CATEGORÍA	EXISTENCIAS	NÚMERO DE MESAS	PLAZAS MESAS
Termas y Balnearios	Segunda	1	25	100
	Total	1	25	100
Discoteca	Lujo	1	no registra	no registra
	Primera	1	12	48
	Segunda	9	114	456
	Total	11	126	504
Peña	Tercera	1	12	48
	Total	1	12	48
Sala de recepciones y banquetes	Primera	3	60	240
	Segunda	15	241	964
	Total	18	301	1204
TOTAL		31	464	1856

Fuente: Catastro Turístico MINTUR, 2014

Realizado por: Paúl Gualpa

Dentro de los establecimientos de diversión predominan las salas de recepciones y banquetes (58%), seguido por discotecas (36%), termas y balnearios (3%) y peñas (3%). La capacidad instalada en este tipo de establecimientos alcanza los 1856 pax.

d) Agencias de viajes

Tabla 79. Matriz de las agencias de viajes del cantón Riobamba

TIPO	CATEGORÍA	EXISTENCIAS
Agencia de viajes	Internacional	7
	Operadora	17
	Dualidad	11
	Total	34

Fuente: Catastro Turístico MINTUR, 2014

Realizado por: Paúl Gualpa

En cuanto a las agencias de viajes existen mayoritariamente operadoras de turismo (50%), seguida de dualidades (32%) y agencias internacionales (8%). Dichas agencias comercializan paquetes turísticos a lo largo de la provincia con énfasis a la realización de actividades en la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo.

d. Análisis de la demanda

Para aprovechar y potenciar los atractivos y actividades productivas que existe en los territorios de la Mancomunidad, recursos identificados en el Estudio de Potencial Turístico, se han determinado diferentes tipos de segmentos, entre ellos están los siguientes: La demanda regional integrada por la población que se encuentra en los estratos Medio, Medio Alto y Alto de las ciudades de Riobamba, Ambato y Pastaza.

Los hogares de la ciudad de Riobamba que consumen productos frutales y que se encuentran en los estratos económicos Medio, Medio Alto y Alto.

El segmento de deportistas que participan en eventos de competencia a nivel nacional

Y por último los comerciantes intermediarios de artesanías que se producen en las parroquias de la mancomunidad.

1) Análisis de la demanda regional

a) Matriz para la investigación de mercados.

Para la realización del estudio de la demanda se basó en la matriz para la investigación de mercados la cual brindo pautas para el procedimiento y el cual se encuentra a continuación:

Tabla 80. Matriz para la investigación de mercados.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE DE ESTUDIO	FUENTES DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS PARA RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN
Definir y cuantificar el universo de estudio	Quienes Cuantos Procedencia Cantones Zona Urbana Zona Rural Estrato	Secundarias	Fichas Cuadros
Definir las características sociodemográficas del turista potencial	Edad Genero Ingresos Grupo familia	Primarias Trabajo de campo	Cuestionario Encuestas Tabulación Procesamiento Análisis
Identificar las características psicográficas del turista potencial	Motivación de viaje Información Interés de viaje Con quien viaje Permanencia Cuánto gasta Servicios turísticos Atractivos Actividades Destino preferido Cuando viaja Frecuencia de viaje	Primarias Trabajo de campo	Cuestionario Encuestas Tabulación Procesamiento Análisis
Identificar las características del producto	Sítios preferidos Como se informa Épocas de Viaje Operadora o Agencia	Primarias Trabajo de campo	Cuestionario Encuestas Tabulación Procesamiento Análisis

Fuente: Ricaurte, 2012. Texto básico de Marketing Turístico

Realizado por: Pául Gualpa

b) Determinación del universo de estudio y cálculo de la muestra.

Debido a la presencia de atractivos de jerarquía I y II que llaman la atención de la población local y regional registrados de acuerdo a estudios de inventarios turísticos anteriores; a la poca afluencia de visitantes y a la inexistencia de registros de ingresos de turistas a estos territorios se optó por utilizar la información de la población que se encuentra en condiciones económicas media, media alta y alta de las poblaciones urbanas de la zona 3.

Con este criterio, en la siguiente tabla se detalla los segmentos identificados:

Tabla 81. Estratos económicos del Poblaciones urbanas de la zona 3 que se encuentran en condiciones de vida Media, Media alta y Alta.

TURISTAS / VISITANTES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Ambato	64095	0.45
Riobamba	56264	0.39
Pastaza	22264	0.16
Total	142622	

Fuente: INEC, 2012.

Realizado por: Paúl Gualpa

a) Cálculo de la muestra

Para obtener el tamaño de la muestra, se empleó la fórmula propuesta por Canavos, considerando un margen de error del 5% y varianza del 1,96.

$$\frac{N \cdot (q \cdot p)}{\left[(N - 1) \left(\frac{e}{z} \right)^2 \right] + (p \cdot q)}$$

La muestra se calculó en relación a la fórmula en donde:

n: Tamaño de la muestra

p: Probabilidad de ocurrencia de un hecho o fenómeno 0.5

q: Probabilidad de no ocurrencia 0.5

N: Universo

z: Confianza: 1.960 equivalente a 94%

e: Error del 5%.

$$n = \frac{142622 \cdot (0,5 * 0,5)}{\left[(142622 - 1) \left(\frac{0,05}{1,96} \right)^2 \right] + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = 383 \text{ encuestas}$$

b) Distribución de la muestra

Para la distribución de la muestra, se tomó los porcentajes de los estratos económicos medio y alto de las poblaciones urbanas de la zona 3, datos que se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 82. Distribución de la muestra.

Zonas	Porcentaje	Nº Encuestas
Ambato	0.45	172
Riobamba	0.39	151
Pastaza	0.16	60
Total		383

Fuente: Inec, 2014

Realizado por: Paúl Gualpa

De acuerdo a la tabla 82, para el estudio de la demanda se aplicarán 172 encuestas en la ciudad de Ambato, 151 en la ciudad de Riobamba y 60 en la ciudad del Puyo.

c) Caracterización de la demanda Regional

a) Género

Tabla 83. Género.

Genero					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	173	45,2	45,2	45,2
	Femenino	210	54,8	54,8	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

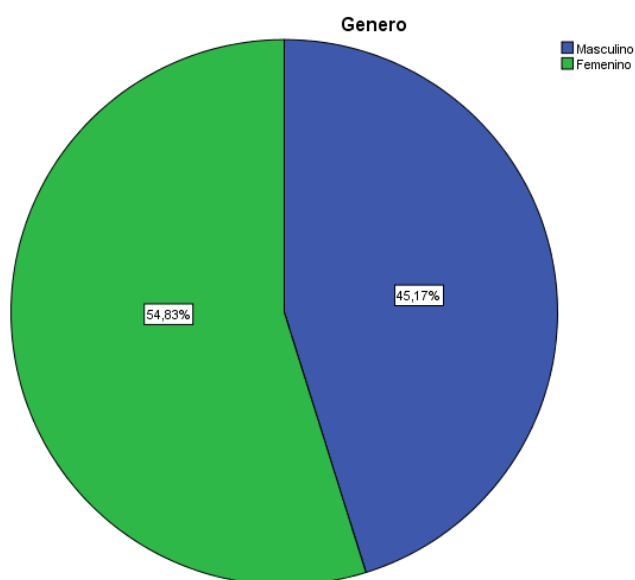


Figura 20. Género

Fuente: Realizado por Paúl Gualpa

De acuerdo a los datos obtenidos se puede apreciar que el género femenino tiene mayoría con un porcentaje de 54,8% y el género masculino en menor número con el 45,2%.

b) Edad

Tabla 84. Edad

Edad					
		Frecuencia	Frecuencia Absoluta	Porcentaje acumulado	\bar{X}
Válido	18-26	25	6,5	6,8	36 Años
	27-35	184	48,0	54,8	
	36-44	130	33,9	88,8	
	45-53	32	8,4	97,1	
	54-62	11	2,9	100,0	
	63-71	0			
	Total	383	100,0		

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Paúl Gualpa

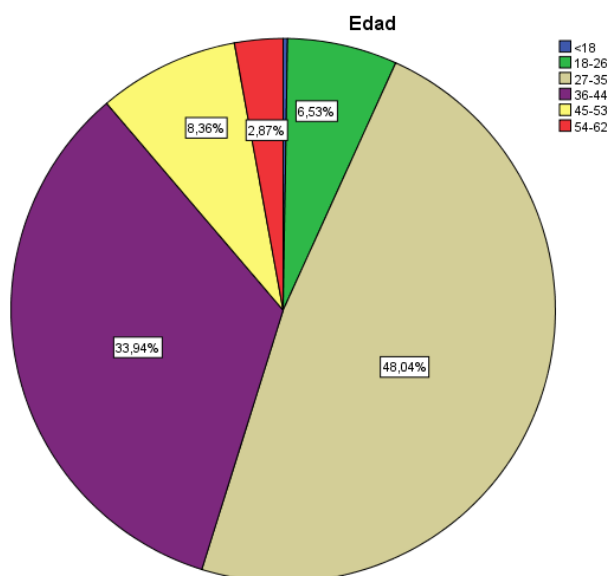


Figura 21. Edad

Fuente: Realizado por Paúl Gualpa

De acuerdo a los datos obtenidos podemos apreciar que el mayor porcentaje de los encuestados representados con el 48 % pertenecen a los rangos de edad entre 27-35 años, con un 33.39 % continua el rango de 36-44 años, después con un 8.4 % de 45-53 años y finalmente con el 6.5% de 18-26, siendo favorable para la estructura del producto, lo que indica que el segmento de mercado al cual está dirigido nuestro producto será mayoritariamente a adultos jóvenes.

c) Procedencia

Tabla 85. Procedencia

Procedencia					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Riobamba	151	39,4	39,4	39,4
	Ambato	172	44,9	44,9	84,3
	Puyo	60	15,7	15,7	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Paúl Gualpa

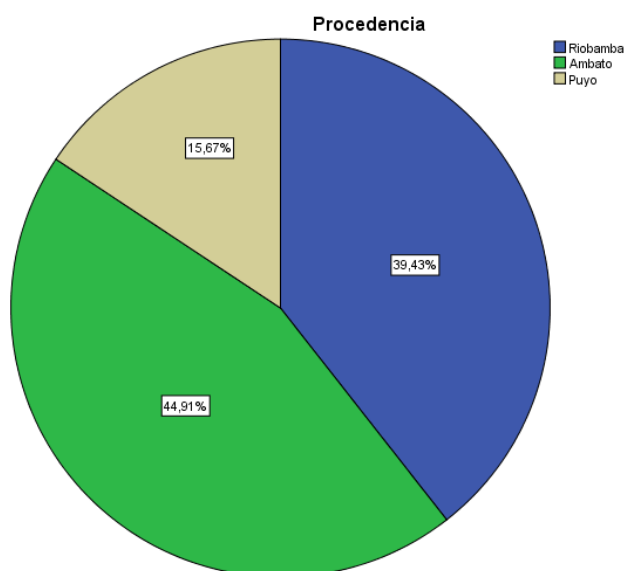


Figura 22. Procedencia

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

De acuerdo a los datos obtenidos el 44,91% de los encuestados son de la ciudad de Ambato, el 39,43% son de la ciudad de Riobamba y el 15,67% son del Puyo.

d) Motivo por el cual realiza viajes de turismo

Tabla 86. Edad de los turistas Nacionales.

Motivo / Ocasión por el cual realiza sus viajes de turismo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Fin de semana	65	17,0	17,0	17,0
	Feriado	81	21,1	21,1	38,1
	Vacaciones	172	44,9	44,9	83,0
	Negocios	20	5,2	5,2	88,3
	Estudios	14	3,7	3,7	91,9
	Trabajo	20	5,2	5,2	97,1
	Visita a parientes o amigos	9	2,3	2,3	99,5
	Otros	2	,5	,5	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Paúl Gualpa

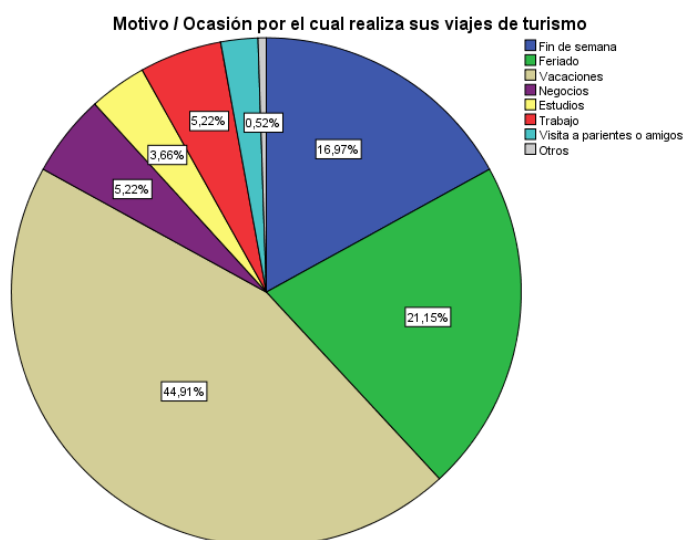


Figura 23. Motivo/Ocasión por el que realiza los viajes

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

De acuerdo a los encuestados el motivo de viaje por vacaciones es del 44,9 %, el 21,15% viajan en feriado, para el 17% salen los fines de semana, el 5% se movilizan por trabajo o negocios, el 3,7% se desplazan estudios, el 2,3% por visita a parientes o amigos y el 0,5 por otros motivos.

e) Temporada

Tabla 87. Temporada en la que viajan

Temporada del año en la que viaja por turismo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Enero a marzo	37	9,7	9,7	9,7
	Abril a junio	38	9,9	9,9	19,6
	Julio a septiembre	191	49,9	49,9	69,5
	Octubre a diciembre	117	30,5	30,5	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

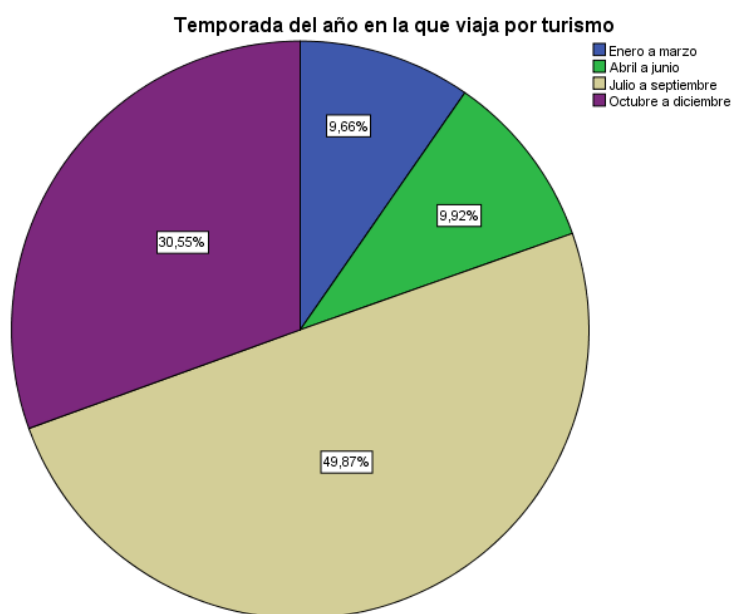


Figura 24. Temporada en la que viaja

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

De acuerdo a la información, el 49,9% viaja por turismo en los meses de julio a septiembre, el 30,5% viaja en los meses de octubre a diciembre, el 9,9% viaja en los meses de abril a junio y el 9,7% viaja en los meses de enero a marzo.

f) Compañía

Tabla 88. Compañía de viaje

Con quién viaja usualmente					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Solo	24	6,3	6,3	6,3
	En pareja	55	14,4	14,4	20,6
	Amigos	135	35,2	35,2	55,9
	Familia	169	44,1	44,1	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

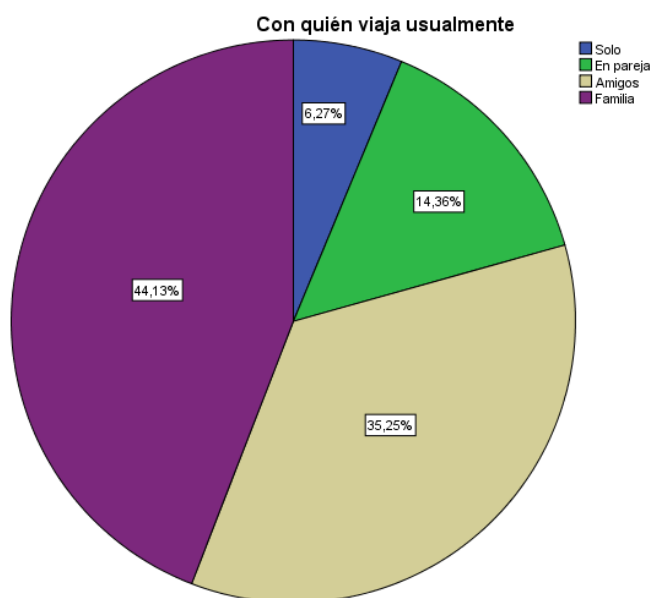


Figura 25. Compañía de viaje

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

En sus viajes, el 44,1% viaja en familia, el 35,2% viajan entre amigos, el 14,4% viaja en pareja y el 6,3% viaja solo.

g) Organización de viaje

Tabla 89. Forma de organizar sus viajes

Forma en la que viaja					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Viaje organizado por su propia cuenta	366	95,6	95,6	95,6
	Viaje organizado por una AV/TO	17	4,4	4,4	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

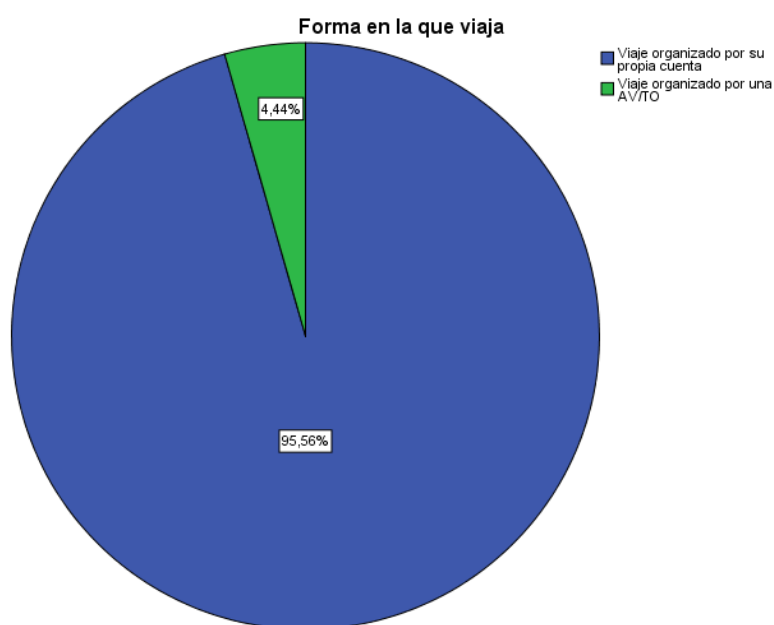


Figura 26. Forma en la que organiza sus viajes

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

Cuando viajan el 95,6% prefiere organizar el viaje por su propia cuenta, mientras que el 4,4% organiza su viaje mediante una Agencia de viaje o Tour Operador.

h) Promedio de gasto

Tabla 90. Promedio de gasto diario

Promedio de gasto diario						\bar{X}
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válido	\$50-69	182	47,5	47,5	47,5	80 dolares
	70-89	102	26,6	26,6	74,2	
	90-119	50	13,1	13,1	87,2	
	De \$120 en adelante	49	12,8	12,8	100,0	
	Total	383	100,0	100,0		

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

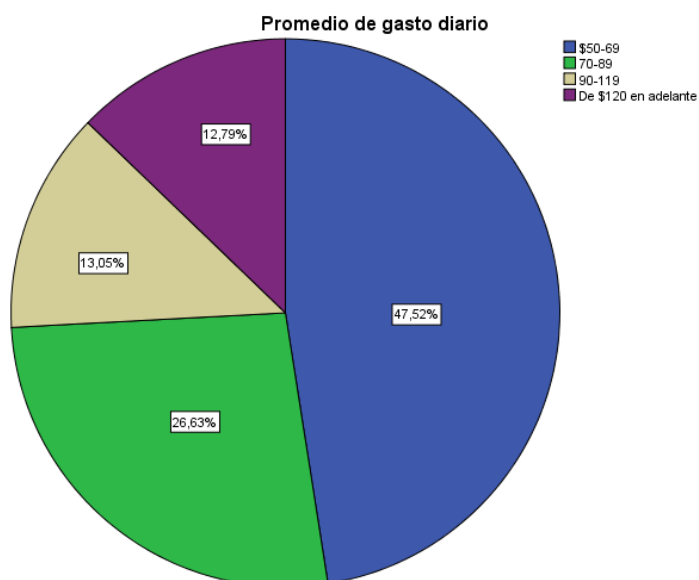


Figura 27. Promedio de gasto diario

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

De acuerdo a la información recabada el gasto promedio diario es el siguiente: el 47,52% tiene un gasto promedio diario de \$50 a \$69, el 26,63% tiene un gasto de 70 a \$89, el 13,05% gasta entre \$90 y \$119 y el 12,79% tiene un gasto promedio que supera los \$120.

i) Ha realizado actividad turística en la provincia de Chimborazo

Tabla 91. Ha hecho turismo en Chimborazo

Ha realizado actividad turística en la provincia de Chimborazo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	301	78,6	78,6	78,6
	No	82	21,4	21,4	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

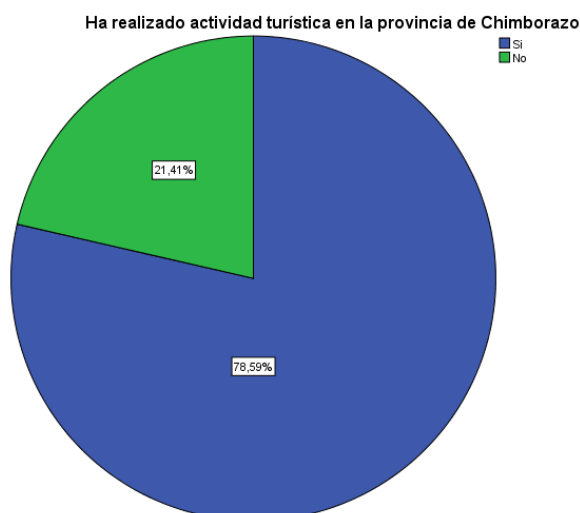


Figura 28. Han realizado turismo en Chimborazo

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

De todos los encuestados el 78,9% si han realizado algún tipo de actividad turística en la provincia de Chimborazo, mientras que el 21,4% no han realizado ninguna actividad turística en la provincia.

j) Gustaría realizar turismo en la provincia

Tabla 92. Le gustaría realizar turismo en Chimborazo

Le gustaría realizar turismo en la provincia de Chimborazo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	375	97,9	97,9	97,9
	No	8	2,1	2,1	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualpa

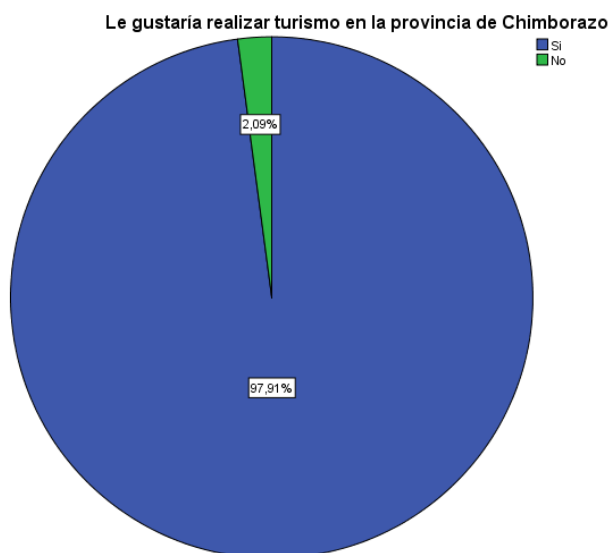


Figura 29. Le gustaría realizar turismo en Chimborazo

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

De acuerdo a la información proporcionada por los encuestados, el 97,9% si realizarían algún tipo de actividad turística en la provincia de Chimborazo, y el 2,1% no realizarían ninguna actividad turística en la provincia.

k) Compraría productos turísticos en la provincia

Tabla 93. Compraría productos turísticos

Compraría productos turísticos en la provincia de Chimborazo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	327	85,4	85,4	85,4
	No	56	14,6	14,6	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

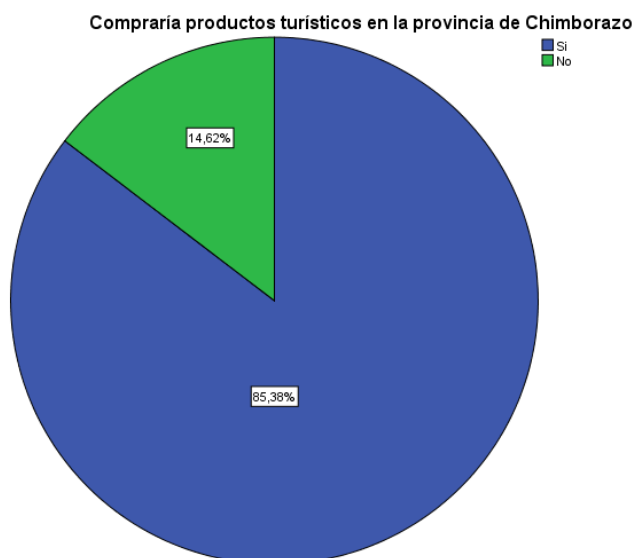


Figura 30. Compraría productos turísticos en Chimborazo

Fuente: Realizado por: Pául Gualpa

El 85,38% manifiestan que si comprarían productos turísticos en la provincia de Chimborazo, mientras que el 14,62% respondieron que no comprarían productos turísticos en la provincia.

I) Atractivos que le gustaría conocer

Tabla 94. Atractivos que le gustaría visitar

atractivos frecuencias				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Atractivos que prefieren visitar ^a	Montañas	271	27,6%	71,5%
	Lagunas	240	24,5%	63,3%
	Talleres artesanales	95	9,7%	25,1%
	Fiestas populares	138	14,1%	36,4%
	Granjas agrícolas	83	8,5%	21,9%
	Senderos	154	15,7%	40,6%
Total		981	100,0%	258,8%

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualpa

De acuerdo a la tabla 94, el 27,6% de los encuestados prefieren visitar montañas, el 24,5% prefieren visitar lagunas, el 15,7% prefieren los senderos, al 14,1% le gustaría

ser participe en las fiestas populares, el 9,7% le gustaría conocer los talleres artesanales y el 8,5% las granjas agrícolas.

m) Cruce de la variable edad con los atractivos que le gustaría visitar

Tabla 95. Atractivos que les gustaría visitar de acuerdo a la edad

Edad / Atractivos tabulación cruzada								
		Atractivos que desean visitar						Total
		Montañas	Lagunas	Talleres	Fiestas	Granjas	Senderos	
Edad	<18	1	0	0	0	0	0	1
	18-26	17	13	6	11	6	8	61
	27-35	136	116	51	58	44	70	475
	36-44	96	86	29	49	24	58	342
	45-53	15	17	6	12	6	13	69
	54-62	6	8	3	8	3	5	33

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualipa

De acuerdo a la tabla 95. Para la demanda que se encuentra en el rango de edades de 27 a 35 años, el 29% le gustaría visitar montañas, el 24% de la demanda quiere visitar lagunas; el 15% quiere visitar senderos, el 12% le gustan las fiestas populares, el 10% quiere visitar talleres artesanales y el 9% quiere visitar granjas agrícolas.

Para la demanda que se encuentra en el rango de edades de 36 a 44 años, el 28% le gustaría visitar montañas, el 25% de la demanda quiere visitar lagunas; el 17% quiere visitar senderos, el 15% le gustan las fiestas populares y el 8% quiere visitar talleres artesanales y el 7% quiere visitar granjas agrícolas.

Para la demanda que se encuentra en el rango de edades de 45 a 53 años, el 25% le gustaría visitar lagunas, el 22% de la demanda quiere visitar montañas; el 19% quiere visitar senderos, el 17% le gustan las fiestas populares y el 9% quiere visitar talleres artesanales y el 9% quiere visitar granjas agrícolas.

Para la demanda que se encuentra en el rango de edades de 18 a 26 años, el 28% le gustaría visitar montañas, el 21% de la demanda quiere visitar lagunas; el 18% quiere visitar fiestas populares, el 13% le gustaría visitar senderos, el 10% quiere visitar talleres artesanales y el 10% quiere visitar granjas agrícolas.

Para la demanda que se encuentra en el rango de edades de 54 a 62 años, el 24% le gustaría visitar lagunas, el 24% de la demanda quiere visitar fiestas populares; el 18% quiere visitar montañas, el 15% le gustaría visitar senderos, el 9% quiere visitar talleres artesanales y el 9% quiere visitar granjas agrícolas.

Para la demanda que edades menores a 18 años, el 100% le gustaría visitar montañas.

n) Actividades que le gustaría realizar

Tabla 96. Actividades que le gustaría realizar

Actividades frecuencias				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Actividades que desean realizar	Convivencia con familias	49	3,2%	12,8%
	Visita a granjas agrícolas	58	3,8%	15,2%
	Visita a talleres artesanales	95	6,2%	24,9%
	Degustación gastronómica	157	10,3%	41,1%
	Cabalgata	165	10,8%	43,2%
	Nevados	152	10,0%	39,8%
	Participación en fiestas	68	4,5%	17,8%
	Ciclismo	174	11,4%	45,5%
	Downhill	65	4,3%	17,0%
	Caminatas	182	12,0%	47,6%
	Visita a fábrica de lácteos	25	1,6%	6,5%
	Campamentos	193	12,7%	50,5%
	Rafting	78	5,1%	20,4%
	Escalada	61	4,0%	16,0%
Total		1522	100,0%	398,4%

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualipa

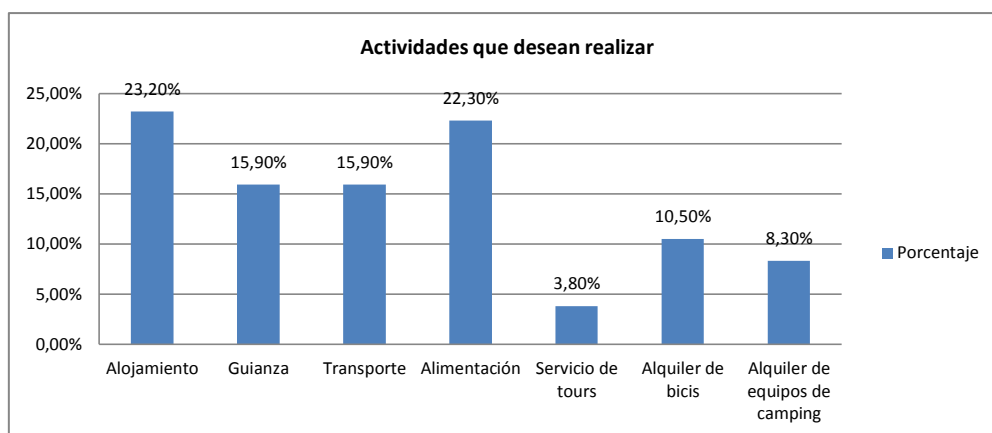


Figura 31. Actividades que le gustaría realizar

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

De acuerdo a la tabla 96, el 12,7% quiere realizar campamentos, el 12% desea realizar caminatas, el 11,4% le gustaría realizar ciclismo, el 10,8% quiere realizar cabalgatas, el 10,3% está interesado en la gastronomía, el 10% está interesado en realizar ascensión a nevados, el 6,2% de gustaría visitar los talleres de artesanos; para el resto de actividades hay interés en menores proporciones al 6%.

o) Cruce de la variable edad con las actividades que desean realizar

Tabla 97. Actividades que desean realizar de acuerdo a la edad

Edad / Actividades tabulación cruzada																
		Actividades que desean realizara														Total
		Convivencia con familias	Vista a granjas agrícolas	Vista a talleres artesanales	Degustación gastronómica	Cabalgata	Nevados	Participación en fiestas	Ciclismo	Downhill	Caminatas	Vista a fábrica de lácteos	Campamentos	Rafting	Escalada	
Edad	<18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
	18-26	8	7	2	12	11	7	6	12	8	7	0	13	6	5	221
	27-35	21	38	43	66	72	83	31	81	27	84	21	84	43	24	718
	36-44	14	8	41	58	63	52	23	56	28	69	4	72	24	25	537
	45-53	3	5	5	14	14	8	2	20	2	19	0	17	4	6	119
	54-62	3	0	4	7	5	2	6	5	0	3	0	6	1	1	43
Total		49	58	95	157	165	152	68	174	65	182	25	193	78	61	382

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

De acuerdo a la tabla 97. Para las edades de 27 a 35 años, el 12% de la demanda le gustaría hacer caminatas y campamentos, el 12% le gustaría visitar nevados y el 11% prefiere realizar ciclismo, el 10% le gusta la cabalgata y el 9% la degustación gastronómica.

Para las edades de 36 a 44 años, el 13% desean campamentos, para el 13% le gustaría caminatas, el 12% desea realizar cabalgatas, al 11% le gustaría ser partícipe de la gastronomía tradicional, el 10% le gustaría realizar ciclismo y el 8% de gustaría visitar talleres artesanales.

Para las edades de 45 a 53 años, el 17% desea hacer ciclismo, el 16% le gustaría realizar caminatas, 14% quiere hacer campamentos y el 12% le gusta las cabalgatas y la degustación gastronómica.

Para la edades de 18 a 26 años, el 6% desea realizar campamentos, el 5% le gustaría practicar ciclismo y degustación gastronómica, el 5% le gustaría realizar cabalgatas y el 4% le gustaría practicar Downhill y al 3% le gustaría visitar nevados, realizar caminatas.

Para las edades de 54 a 62 años, el 16% le gustaría degustar la gastronomía tradicional, el 15% le gustaría realizar campamentos y participar en las fiestas locales y el 12% le gustaría practicar ciclismo y cabalgata, al 9% le gustaría visitar talleres artesanales y al 7% le gustaría realizar caminatas.

p) Servicios turísticos que más utiliza

Tabla 98. Servicios turísticos que más utiliza

Servicios frecuencias				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Servicios turísticos que más utiliza	Alojamiento	293	23,2%	77,1%
	Guianza	201	15,9%	52,9%
	Transporte	201	15,9%	52,9%
	Alimentación	282	22,3%	74,2%
	Servicio de tours	48	3,8%	12,6%
	Alquiler de bicis	132	10,5%	34,7%
	Alquiler de equipos de camping	105	8,3%	27,6%
Total		1262	100,0%	332,1%
a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.				

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualpa

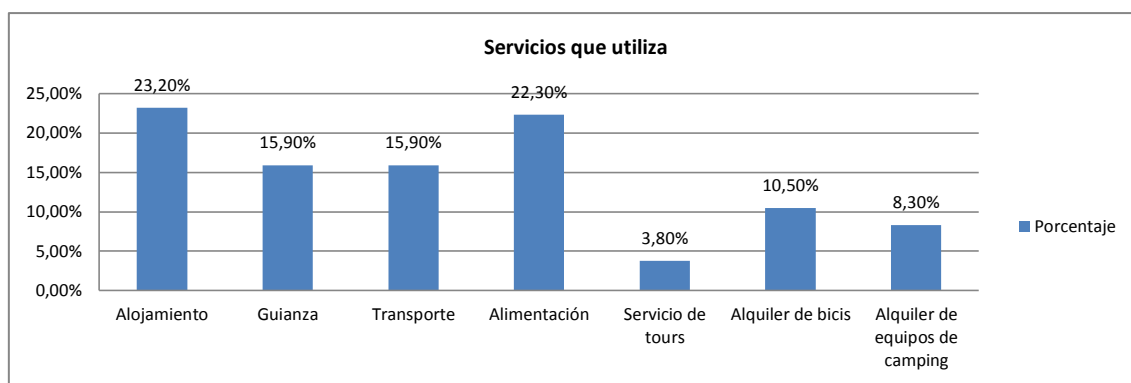


Figura 32. Servicios que utiliza

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

De acuerdo a la tabla 98, el 23,2% utiliza el servicio de alojamiento, el 22,3% el servicio de alimentación, el 15,9% utilizan el servicios de guianza y transporte en igual porcentaje, el 10,5% utiliza el servicio de alquiler de bicicletas, el 8,3% alquiler de equipos de camping y el 3,8% servicios de tour.

q) Número de días que está dispuesto a quedarse

Tabla 99. Número de días que está dispuesto a quedarse

Número de días que está dispuesto a quedarse					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 día	17	4,4	4,5	4,5
	2 días	216	56,4	56,5	61,0
	3 días	116	30,3	30,4	91,4
	4 días	6	1,6	1,6	92,9
	de 5 a más días	27	7,0	7,1	100,0
	Total	382	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,3		
Total		383	100,0		

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

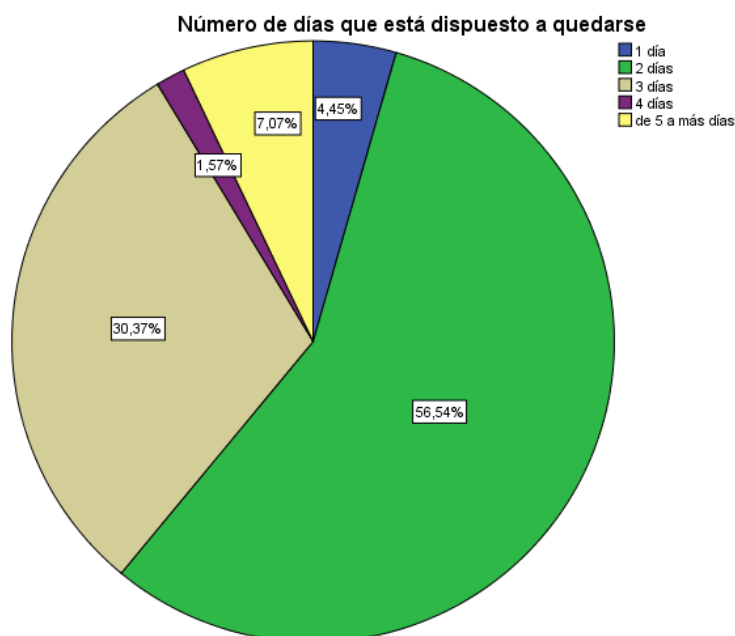


Figura 33. Número de días que está dispuesto a quedarse

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

Los entrevistados estarían dispuestos a quedarse en la provincia de Chimborazo por motivos de turismo, en un 56,4% 2 días, el 30,3% 3 días, el 5% más de 5 días y el 4,5% un solo día.

r) Tipo de hospedaje que prefiere

Tabla 100. Tipo de hospedaje que prefiere

Tipo de hospedaje que prefiere					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hotel	54	14,1	14,1	14,1
	Cabaña	190	49,6	49,6	63,7
	Camping	99	25,8	25,8	89,6
	Casas de familias de la localidad	15	3,9	3,9	93,5
	Refugio	25	6,5	6,5	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

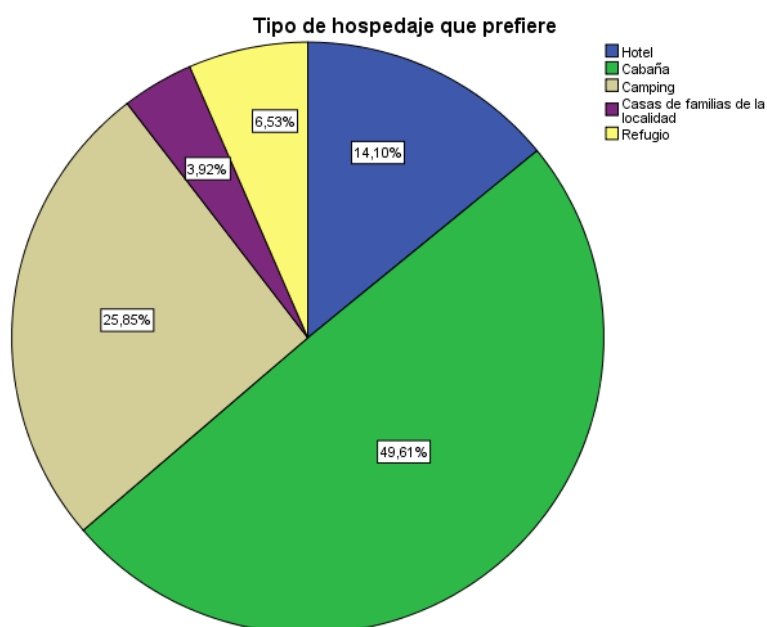


Figura 34. Tipo de hospedaje que prefiere

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

El tipo de establecimiento de hospedaje que prefieren utilizar en un 49,6% son las cabañas, en un 25,8% las áreas de campamento, el 14,1% los hoteles, el 6,5% prefiere los refugios y en menor número las casas de familias de la localidad en un 3,9%.

s) Tipo de alimentación que prefiere

Tabla 101. Tipo de alimentación que prefiere

Tipo de alimentación que prefiere					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Vegetariana	10	2,6	2,6	2,6
	Nacional	162	42,3	42,3	44,9
	Tradicional del sector	211	55,1	55,1	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

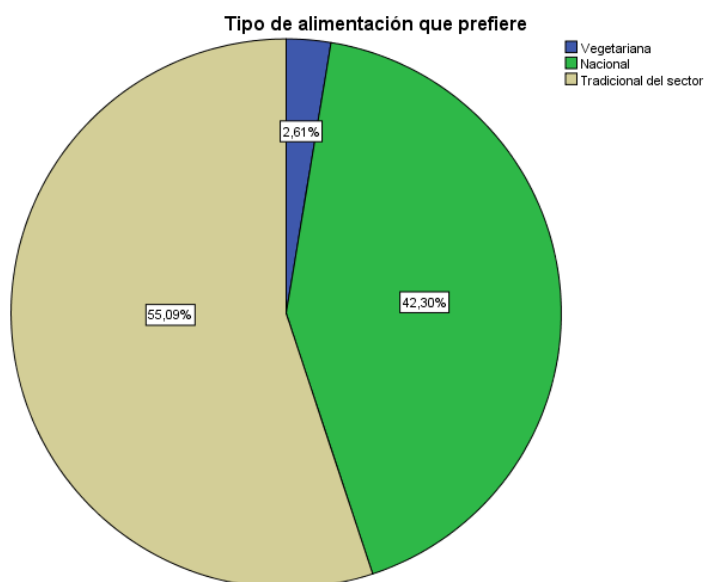


Figura 35. Tipo de alimentación que prefiere

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

El 55,09% de los encuestados prefieren los alimentos tradicionales, el 42,30% les gustaría consumir comida nacional y el 2,61% prefieren la comida vegetariana.

t) Promoción turística

Tabla 102. Temporada en la que viajan

Medios por los que se debe hacer promoción turística					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Prensa	45	11,7	11,7	11,7
	Revistas	16	4,2	4,2	15,9
	Internet	277	72,3	72,3	88,3
	Amigos	39	10,2	10,2	98,4
	Otros	6	1,6	1,6	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa



Figura 36. Medios por los que debe hacerse promoción turística

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

De acuerdo a la información proporcionada por los encuestados, comentan que la información turística recibe, en un 72,32% mediante el internet, el 11,7% menciona que se lo realice mediante la prensa, el 10,1% mediante amigos, el 4,2% por medio de revistas y por último el 2,1% sugiere mediante otros medios.

u) Perfil de la demanda

i. Turistas Zonales

- El género femenino tiene mayoría con un porcentaje de, 54,8% y el género masculino en menor porcentaje con el 45,2%.
- El 48 % pertenecen a los rangos de edad entre 27-35 años y con un 33 % el rango de 36-44 años.
- De acuerdo a los datos obtenidos el 44,91% de los encuestados son de la ciudad de Ambato, el 39,43% son de la ciudad de Riobamba y el 15,67% son del Puyo.
- El 44,9 % viaja por vacaciones, el 21,15% viajan en feriado y el 17% salen los fines de semana.
- El 49,9% viaja por turismo en los meses de julio a septiembre y el 30,5% viaja en los meses de octubre a diciembre.
- El 44,1% viaja en familia y el 35,2% viajan entre amigos.
- El 95,6% prefiere organizar el viaje por su propia cuenta.
- El 47,52% tiene un gasto promedio diario de \$50 a \$69, el 26,63% tiene un gasto de 70 a \$89.
- El 78,9% si han realizado algún tipo de actividad turística en la provincia de Chimborazo, mientras que el 21,4% no han realizado ninguna actividad turística en la provincia.
- El 97,9% le gustaría realizar algún tipo de actividad turística en la provincia de Chimborazo.
- El 85,38% si comprarían productos turísticos en la provincia de Chimborazo
- El 27,6% prefieren visitar montañas, el 24,5% prefieren visitar lagunas, el 15,7% prefieren los senderos, al 14,1% le gustaría ser participe en las fiestas populares, el 9,7% le gustaría conocer los talleres artesanales y el 8,5% las granjas agrícolas.
- El 12,7% quiere realizar campamentos, el 12% desea realizar caminatas, el 11,4% le gustaría realizar ciclismo, el 10,8% quiere realizar cabalgatas, el 10,3% está interesado en la gastronomía, el 10% está interesado en realizar ascensión a nevados y el 6,2% de gustaría visitar los talleres de artesanos.
- El 23,2% utiliza sitios de alojamiento, el 22,3% servicio de alimentación y el 15,9% servicios de guianza y transporte
- El 56,5% le gustaría quedarse 2 días y el 30,4% 3 días.
- El 49,6% prefiere hospedarse en cabañas, el 25,8% en áreas de campamento y el 14,1% en hoteles.
- El 55,1% prefieren los alimentos tradicionales y el 42,3% les gustaría consumir comida nacional.
- El 72,3% se informa mediante el internet mientras que el 11,7% se informa mediante la prensa.

2) Análisis de la demanda de productos frutales

Tabla 103. Matriz de la investigación de mercados

OBJETIVOS	NECESIDAD DE INFORMACIÓN (VARIABLES)	FUENTES DE INFORMACIÓN	TÉCNICA /RECOPILAR INFORMACIÓN
Definir y cuantificar el universo de estudio, tamaño y distribución de la muestra	UNIVERSO DEMANDA AGROTURISMO El universo de estudio es la población Urbana de Riobamba. con 18836 Familias, siendo la muestra un total de 392	INEC 2010	Cuestionario Encuestas
Caracterización socio demográfica de la demanda (Amas de casa que compran productos frutales)	Edad Género Procedencia Nivel de instrucción Ocupación	Primaria Trabajo de campo	Cuestionario Encuesta
Análisis de variables psicográficas	Actividad Productos que compra Donde compra Cantidad que compra Precio de compra Motivación de compra Quienes participan de la compra Como compran Cuando compran	Primaria Trabajo de campo	Cuestionario Encuesta

Fuente: Ricaurte, 2012. Texto básico de Marketing Turístico

Realizado por: Pául Gualpa

a) Análisis de la demanda de productos frutales

Las familias de la ciudad de Riobamba son los principales consumidores de los productos frutícolas, quienes adquieren estos productos en los mercados de la ciudad. La demanda de estos productos es constante pero no se conoce en qué porcentaje las familias están consumiendo productos frutales cultivados en las parroquias aledañas y que tipo de productos más consumen o les gustaría adquirir.

Por tales razones se ha planteado una investigación de mercado que permita caracterizar a la demanda de productos frutícolas de la mancomunidad.

b) Determinación del universo de estudio y cálculo de la muestra.

El Universo de estudio está integrado por el número de familias de la ciudad de Riobamba. Para determinar el universo se estratificó la Población Urbana de la Ciudad de Riobamba con proyección al año 2015, siendo la población un total de 151.788 personas.

Identificada la población Urbana se estratificó el perfil socioeconómico de las familias A, B, C con un 36% del total de la población.

Tabla 104. Población por estratos

ESTRATO	POBLACIÓN	%
Alto	A	1,9
Medio – Alto	B	11,2
Medio	C	22,8
Medio – Bajo	D	49,3
Bajo	E	14,9
TOTAL		100

Fuente: INEC, 2015

c) Muestra

Para realizar el estudio se aplicó el muestreo estratificado simple y para determinar la muestra se identificó que por familias existe un jefe de familia, que es la persona que se encarga de los gastos para la subsistencia de la misma con un promedio de 4 integrantes por familia.

$$N^{\circ} \text{ de familias} = \frac{151788 * 0,36}{4}$$

$$N^{\circ} = 13.661$$

Para su obtención de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

FORMULA:

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1) * \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (p * q)}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Universo de estudio (13.661)

P= Probabilidad de ocurrencia (0,5)

Q= Probabilidad de no ocurrencia (0,5)

e= Margen de error (5%)

z= Nivel de confianza (2)

$$n = \frac{13661 * 0,5 * 0,5}{(13661 - 1) * \left(\frac{0,05}{2}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = 392$$

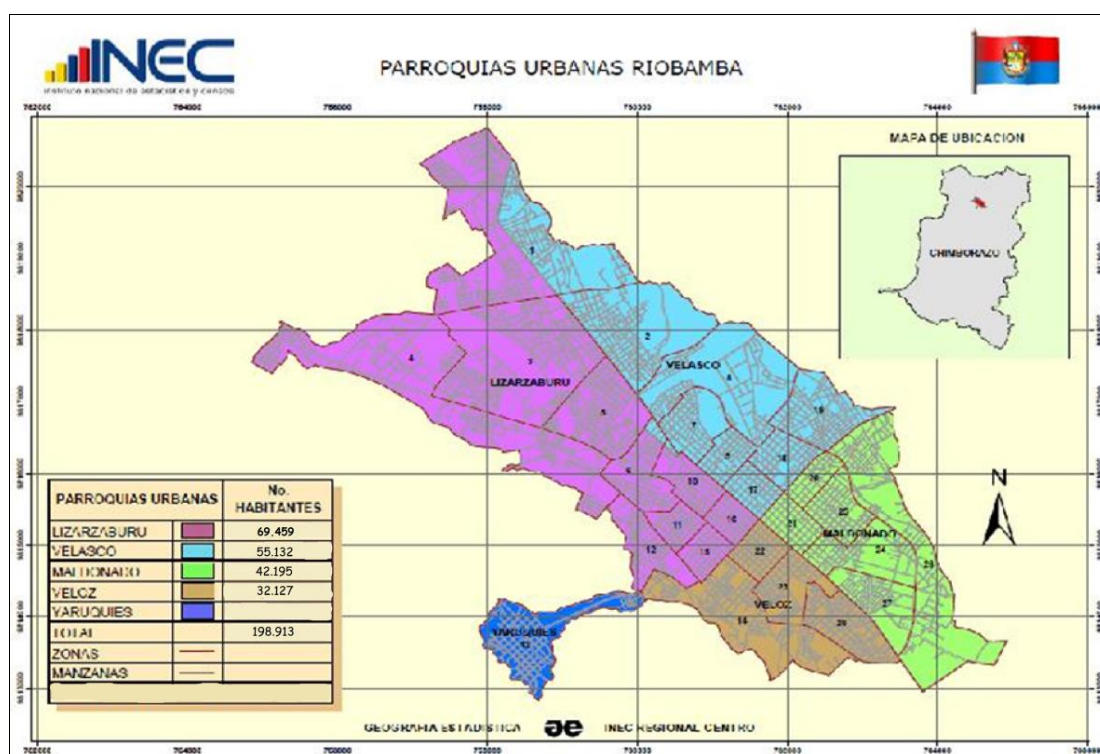
De los cuales se estratificaron en tres perfiles socio-económicos para aplicar las encuestas a la población del cantón Riobamba.

Tabla 105. Distribución de la muestra por estratos socio - económicos

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA		
ESTRATO	CANTIDAD	%
Nivel Alto	22	5,5
Nivel Medio – Alto	120	30,5
Nivel Medio	250	64
TOTAL	392	100

Fuente: PDOT, Quimiag, 2013

El trabajo de campo se planificó mediante la distribución de la población de Riobamba a través de cuatro parroquias urbanas Lizarzaburu, Velasco, Maldonado, Veloz.

**Figura 37.** Parroquias Urbanas de Riobamba

Fuente: INEC, 2010.

Tabla 106. Distribución de la población por parroquias

PARROQUIAS	HABITANTES	%	N° DE ENCUESTAS	N° DE ENCUESTADORES
LIZARZABURU	69459	34,9	137	10
VELAZCO	55132	27,7	109	8
MALDONADO	42195	21,3	83	6
VELOZ	32127	16,1	63	5
TOTAL	151788	100	392	29

Fuente: INEC, 2010

En la tabla 106, observamos el número de habitantes por parroquia, estos datos obtenidos mediante el Censo Poblacional 2010 con proyección para el año 2015 los mismos que permitieron calcular el número de encuestas y encuestadores.

Las Rutas para la aplicación de las encuestas se planificaron en base al croquis con sus respectivas calles y barrios de la ciudad de Riobamba, distribuido de la siguiente manera:

Tabla 107. Rutas para la aplicación de encuesta

PARROQUIA LIZARZABURU		
NOMBRE DEL ENCUESTADOR	BARRIO	N°/RUTAS
Encuestador 1	Liribamba	49
	Santa Ana	50
	Las Flores	51
	La Lolita	52
	24 de Mayo	53
	Los Manzanares	54
Encuestador 2	Villa Granada	40
	24 de Mayo	43
Encuestador 3	Corazón de la Patria	45
	Del MOP cooperativa	46
	Tierra Nueva	47
	Miraflores	48
Encuestador 4	El Batán	39
	San Antonio	41
	Av Maldonado	42
	Coop. Maestros de	44
	Chimborazo	55
	Sultana de los Andes	

Encuestador 5	Las Retamas	58
	Automodelo Norte	59
	San José de Tapi	60
	Sesquicentenario	61
	Alamos	62
	Cemento Chimborazo	63
Encuestador 6	La Delicia	32
	Puruha	34
	San Luis	35
	Sultana de los Andes	55
	Lourdes Alto	56
	Los Tulipanes	57
Encuestador 7	Coop. 9 de Octubre	127
	Primavera	128
	Liberación Popular	129
	Los Shyris	130
Encuestador 8	Santa Rosa	3
	La Estación	7
	Bonilla Abarca	11
	Las Carmelitas	10
Encuestador 9	Municipal	29
	Rosa María	31
	El Terminal	33
Encuestador 10	Colón	119
	Politécnico Antiguo	120
	La Florida	123
	Quinta Mosquera	124
PARROQUIA VELAZCO		
Encuestador 11	Coop. Ecuatoriana de Cerámica	66
Encuestador 12	San Miguel de Tapi	65
Encuestador 13	Alborada	67
	Riobamba Norte	68
	Cruzada Social	69
	La Cerámica	70
	La Saboya	72
Encuestador 14	Loma de Quito	6
	Didonato	22
	Las Dalias	23
	Los Pinos	24
Encuestador 15	La Georgina	25
	San Juan	26
	La Giralda	27
Encuestador 16	La Panadería	5

	La Concepción	8
	El Prado	18
	Plaza Dávalos	19
	La Salle	20
	El Cuartel	21
Encuestador 17	21 de Abril	77
	Complejo la Panadería	82
	Mirador Alto	83
Encuestador 18	11 de Noviembre	75
	José Mancero	84
PARROQUIA MALDONADO		
Encuestador 19	El Esfuerzo	81
	Eugenio Espejo	85
	Camilo Ponce	86
	San Martín	87
	Oriental	90
	Mirador Alto	91
Encuestador 20	Bellavista	15
	Villamaria	13
	Santa Marianita	16
Encuestador 21	San Alfonso	4
	La Trinidad	17
	Pueblo Unido	92
	Juan de Velazco	93
Encuestador 22	La Previsora	14
	Pucará	100
	Fausto Molina	101
Encuestador 23	San Francisco de Pisin	94
	Los Laureles	95
	Medio Mundo	97
	Tubasec	102
Encuestador 24	Parque Industrial	96
	Automodelo Sur	98
PARROQUIA VELOZ		
Encuestador 25	San Francisco	2
	La Paz	116
	Del Tejar	118
Encuestador 26	La Joya	117
	Santa Faz	121
	La Florida	122
Encuestador 27	La Dolorosa	103
	Santa Anita	110

	Primera Constituyente	112
	Los Arupos	113
	El Sol	114
	Quinta la Rosita	115
Encuestador 28	Tubasec	102
	Lotización Daquilema	105
	Los Altares	106
	Unión	107
Encuestador 29	San Rafael	104
	La Politécnica	108
	El Rosal	109
	La Libertad	111

Fuente: Dirección de Planificación Municipio de Riobamba, 2016

Elaborado por: Paúl Gualpa, 2016

d) Instrumento

El instrumento que se utilizó en el presente estudio de mercado es la encuesta, (Anexo nº) la misma que fue desarrollada para recopilar, procesar e interpretar de forma sistemática y objetiva la información. Para la investigación cualitativa y cuantitativa se formularon preguntas en base a un cuestionario con preguntas abiertas, cerradas, de opción múltiple y para medir las opiniones y actitudes que expresen una posición claramente favorable o desfavorable.

e) Caracterización de la demanda de productos frutales

i. Género

Tabla 108. Género

Género					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	125	30,8	30,8	30,8
	Femenino	281	69,2	69,2	100,0
	Total	406	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualpa

De acuerdo a la tabla 108. El 69,2% de los jefes de hogar pertenecen al género femenino y el 30.8% al género masculino.

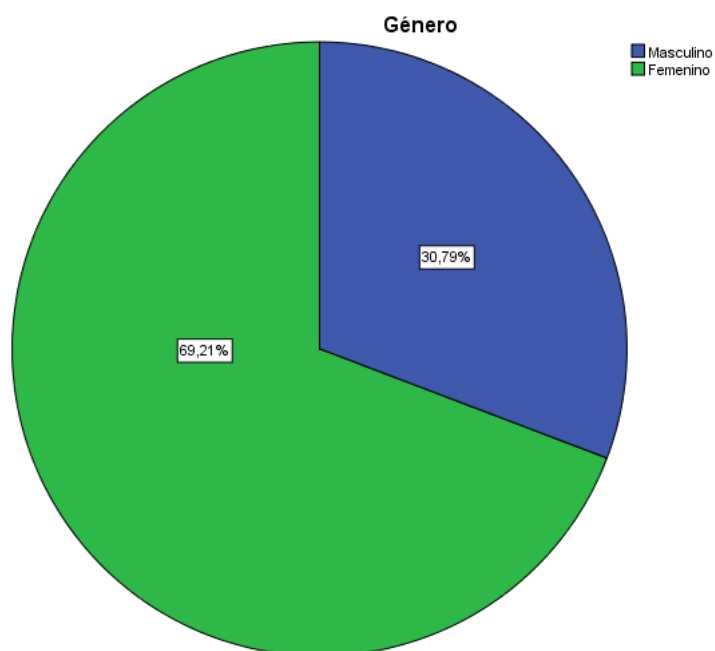


Figura 38. Género

Fuente: Realizado por: Pául Gualpa

ii. Edad

Tabla 109. Edad

Edad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	<18	10	2,5	2,5	2,5
	18-26	63	15,5	15,5	18,0
	27-35	111	27,3	27,3	45,3
	36-44	109	26,8	26,8	72,2
	45-53	63	15,5	15,5	87,7
	54-62	35	8,6	8,6	96,3
	63-71	15	3,7	3,7	100,0
	Total	406	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Guallpa

De acuerdo a la tabla 109. El 27,3% de los jefes de familia están en una edad de 27 a 35 años, el 26,8% entre 36 a 44 años de edad, el 15,5% entre 18 a 26 años, el 8,6% están entre 54 a 62 años de edad, el 3,7% entre 63 a 71 años de edad y el 2,5% tienen edades menores a los 18 años. En conclusión el segmento de la demanda de productos frutales es relativamente joven.

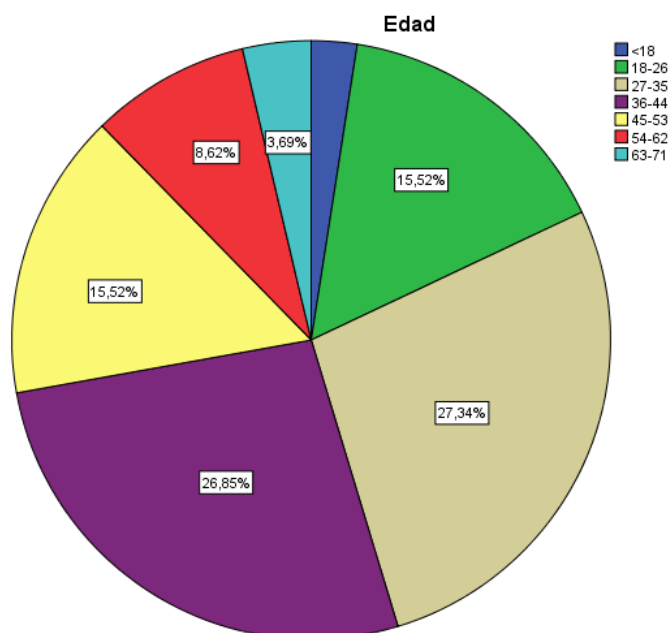


Figura 39. Edad

Fuente: Realizado por: Pául Guallpa

iii. Nivel de instrucción

Tabla 110. Nivel de instrucción

Nivel de Instrucción		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ninguno	5	1,2	1,2	1,2
	Primaria completa	77	19,0	19,0	20,2
	Primaria incompleta	12	3,0	3,0	23,2
	Secundaria	183	45,1	45,2	68,4
	Superior	114	28,1	28,1	96,5
	Posgrado	14	3,4	3,5	100,0
	Total	405	99,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,2		
Total		406	100,0		

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualpá

De acuerdo a la tabla 110. El 45,2% de la demanda tiene un nivel de instrucción secundaria, el 28,1% se encuentra en el nivel de instrucción superior, el 19% tiene un nivel de instrucción primaria, 3,5% han realizado un postgrado y el 3% tienen un nivel de instrucción de primaria incompleta.

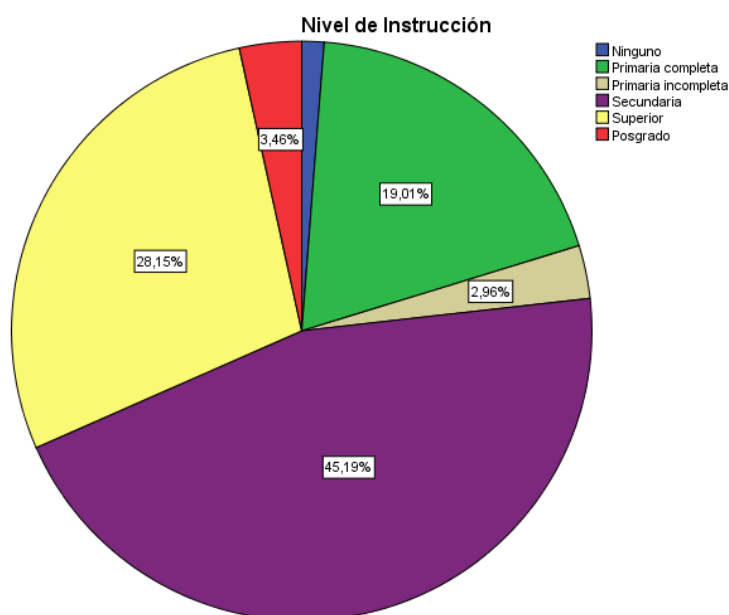


Figura 40. Nivel de instrucción

Fuente: Realizado por: Pául Gualpá

iv. Ocupación

Tabla 111. Ocupación

Actividad a la que se dedica					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ama de casa	88	21,7	21,7	21,7
	Atención al cliente	11	2,7	2,7	24,4
	Chofer	10	2,5	2,5	26,9
	Comerciante	118	29,1	29,1	56
	Enfermera	9	2,2	2,2	58,2
	Estudiante	31	7,6	7,6	65,8
	Negocio	19	4,7	4,7	70,5
	Profesor	23	5,7	5,7	76,2
	Vulcanizador	1	,2	,2	76
	Otros	97	24	24	100
	Total	406	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualpa

De acuerdo a la tabla 111. Entre las actividades principales están las siguientes: El 29,1% son comerciantes, el 21,7% son amas de casa, el 7,6% son estudiantes, el 5,7% son profesores, el 4,7% tienen un negocio. En su mayoría son profesionales con un título de tercer nivel y postgrado.

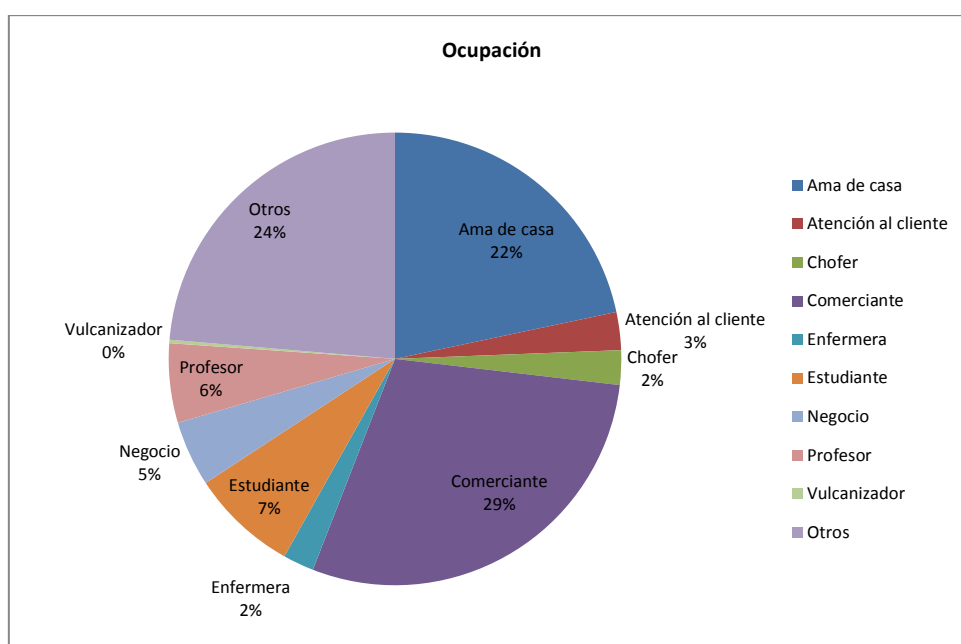


Figura 41. Actividades a las que se dedica

Fuente: Realizado por: Pául Gualpa

v. Número de miembros del hogar

Tabla 112. Miembros en el hogar

Número de miembros en el hogar					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	12	3,0	3,0	3,0
	2	27	6,7	6,7	9,6
	3	67	16,5	16,5	26,2
	4	121	29,8	29,9	56,0
	5	99	24,4	24,4	80,5
	6	43	10,6	10,6	91,1
	7	24	5,9	5,9	97,0
	8	10	2,5	2,5	99,5
	9	2	,5	,5	100,0
	Total	405	99,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,2		
Total		406	100,0		

Mediana: 4
Media: 4,37
Moda: 4

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Guallpa

De acuerdo a la tabla 112. En el 29,4% de hogares existen 4 miembros de familia, en el 24,4% existen 5 miembros de familia, en el 16,5% de hogares existen 3 miembros de familia y en el 10,6% de hogares existen 6 miembros de familia.

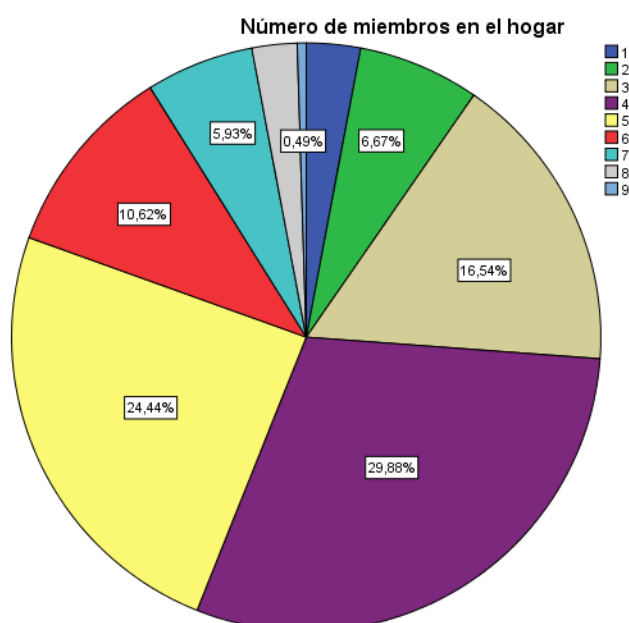


Figura 42. Número de miembros en el hogar

Fuente: Realizado por: Pául Guallpa

vi. Conoce la procedencia de las frutas que consume

Tabla 113. Procedencia de las frutas que consume

Procedencia del producto					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ambato	13	3,2	3,2	3,2
	Baños	1	,2	,2	3,4
	Bayushig	8	2,0	2,0	5,4
	Candelaria	1	,2	,2	5,7
	Chambo	11	2,7	2,7	8,4
	Chile	1	,2	,2	8,6
	Chimborazo	21	5,2	5,2	13,8
	Costa	28	6,9	6,9	20,7
	Cubijíes	1	,2	,2	20,9
	Desconoce	258	63,5	63,5	84,5
	Guamote	3	,7	,7	85,2
	Guano	2	,5	,5	85,7
	Pallatanga	1	,2	,2	86,0
	Parroquias	4	1,0	1,0	86,9
	Patate	3	,7	,7	87,7
	Pelileo	1	,2	,2	87,9
	Penipe	7	1,7	1,7	89,7
	Perú	3	,7	,7	90,4
	Pillaro	1	,2	,2	90,6
	Punín	1	,2	,2	90,9
	Quimiag	4	1,0	1,0	91,9
	Riobamba	1	,2	,2	92,1
	San Gerardo	2	,5	,5	92,6
	San Luis	2	,5	,5	93,1
	Sierra	23	5,7	5,7	98,8
	Tungurahua	5	1,2	1,2	100,0
	Total	406	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualipa

De acuerdo a la tabla 113. El 63,5% de las familias desconoce la procedencia local de las frutas que consume, el 6,9% mencionan que provienen de la región costa, el 5,7% mencionan que vienen de la región sierra, el 5,2% mencionan que se cultivan en la provincia de Chimborazo, el 3,2% dice que viene del cantón Ambato, el 2,7% mencionan que se cultivan el cantón Chambo y un 2% menciona que son de la parroquia Bayushig.

vii. Compra productos frutales de la provincia

Tabla 114. Compra productos frutales de la provincia de Chimborazo

Compra productos cultivados en la provincia de Chimborazo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	267	65,8	65,9	65,9
	No	37	9,1	9,1	75,1
	Desconoce	101	24,9	24,9	100,0
	Total	405	99,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,2		
Total		406	100,0		

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

De acuerdo a la tabla 114, El 65,7% si compra productos cultivados en la provincia de Chimborazo, el 24,9% desconoce la procedencia de los productos que compra y el 9,1% no compra productos cultivados en la provincia.

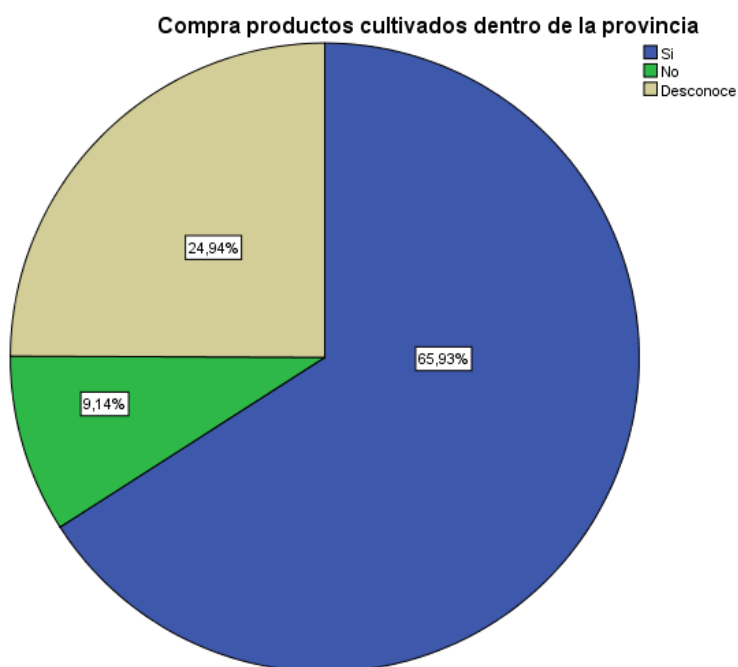


Figura 43. Compran productos cultivados en la provincia

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

viii. Frutas que consume

Tabla 115. Frutas que consumen en los hogares

Frutas frecuencias				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Frutas que consumen	Guineo	160	10,90%	39,60%
	Manzana	324	22,07%	80,20%
	Pera	145	9,88%	35,90%
	Durazno	117	7,97%	29,00%
	Frutilla	145	9,88%	35,90%
	Otros	577	39,31%	142,80%
Total		1468	100,00%	363,40%

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Guallpa

De acuerdo a la tabla 115. Las frutas que más consumen en los hogares son la manzana con un 22,1%, el guineo con 10,9%, la pera con el 9,9%, la frutilla con el 9,9% y el durazno con el 8%.

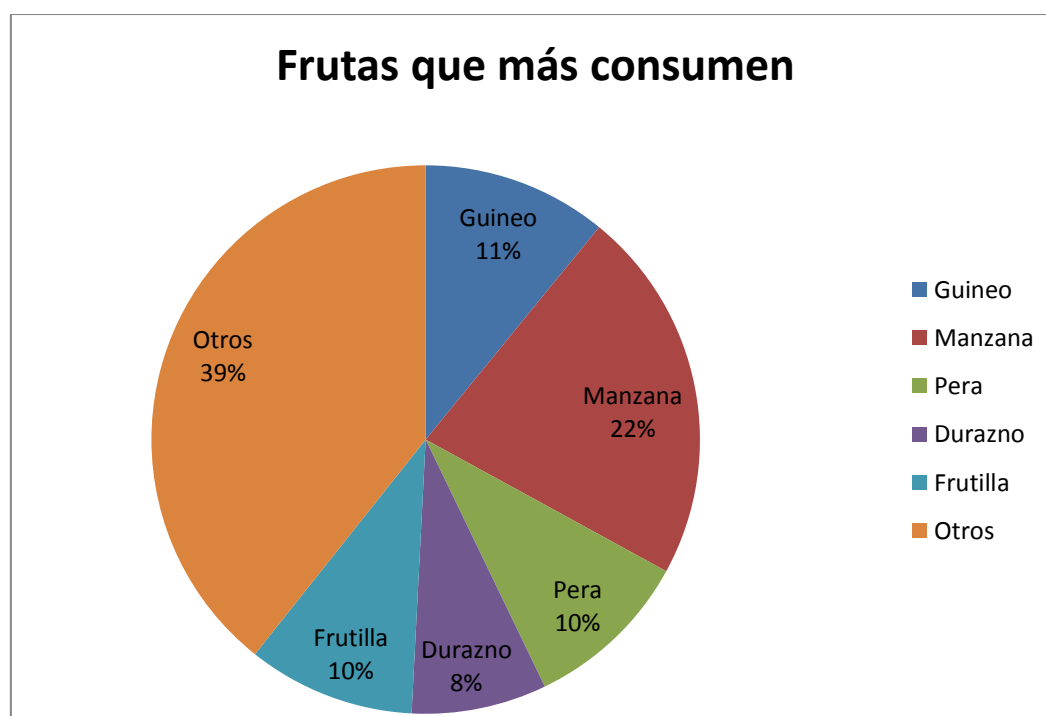


Figura 44. Frutas que consumen

Fuente: Realizado por: Pául Guallpa

ix. Cuanto gasta semanalmente en la compra de frutas

Tabla 116. Gasto semanal en la compra de frutas

Gasto semanal -Compra de frutas				
Valor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado	□
4,00	80	20%	19,70	\$7,00
5,00	37	9%	19,80	
6,00	38	9%	19,89	
7,00	21	5%	19,94	
8,00	22	5%	20,00	
Otros	208	51%	20,51	
	406	100%		

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualpa

De acuerdo a la información el gasto familia promedio semanal en la compra de frutas es de \$7,00.

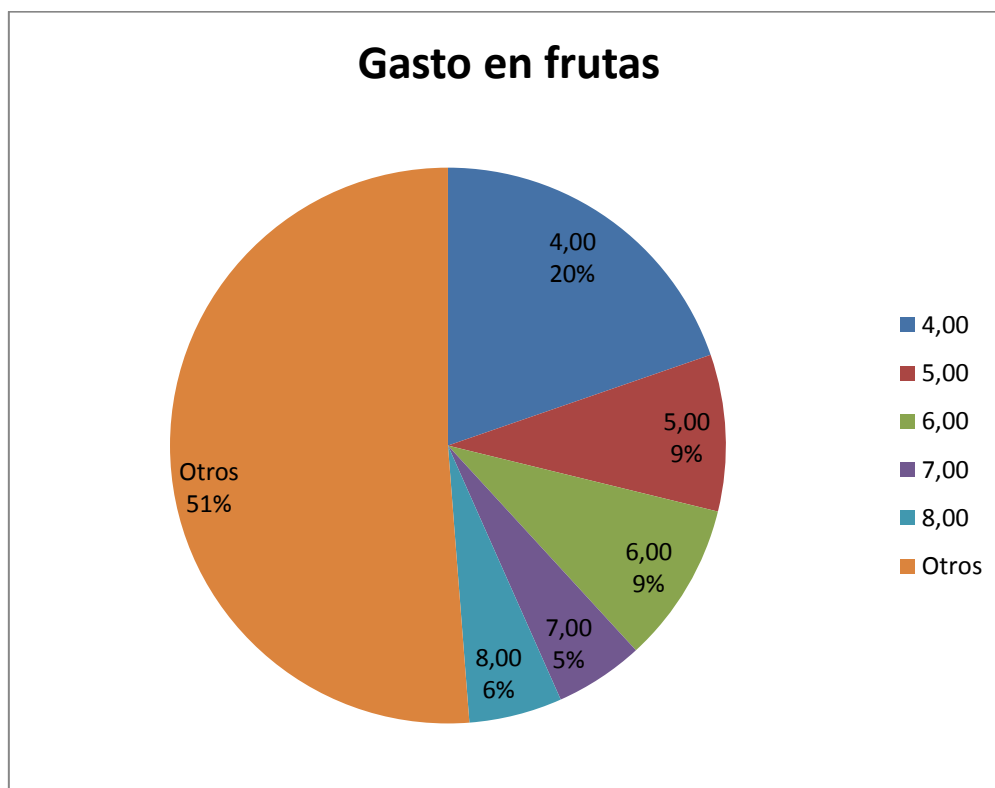


Figura 45. Gasto semanal

Fuente: Realizado por: Pául Gualpa

x. Lugar en donde compra los productos

Tabla 117. Lugar donde compra las frutas

Lugar donde compra					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	La Condamine	45	11,1	11,1	11,1
	Mayorista	150	36,9	36,9	48
	San Alfonso	40	9,9	9,9	57,9
	Santa Rosa	28	6,9	6,9	64,8
	Otros	143	34,9	34,9	100
	Total	406	100	100	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualpa

De acuerdo a la tabla 117. El 36,9% compra los productos de frutales en el mercado mayorista, el 16,5% compra en diferentes mercados de la ciudad de Riobamba, el 11,1% compra en el mercado La Condamine, el 9,9% compra en el mercado San Alfonso, el 6,9% compra en el mercado de Santa Rosa, el 4,2% compra en la tienda del barrio y el 3,7% compra en los diferentes supermercados.

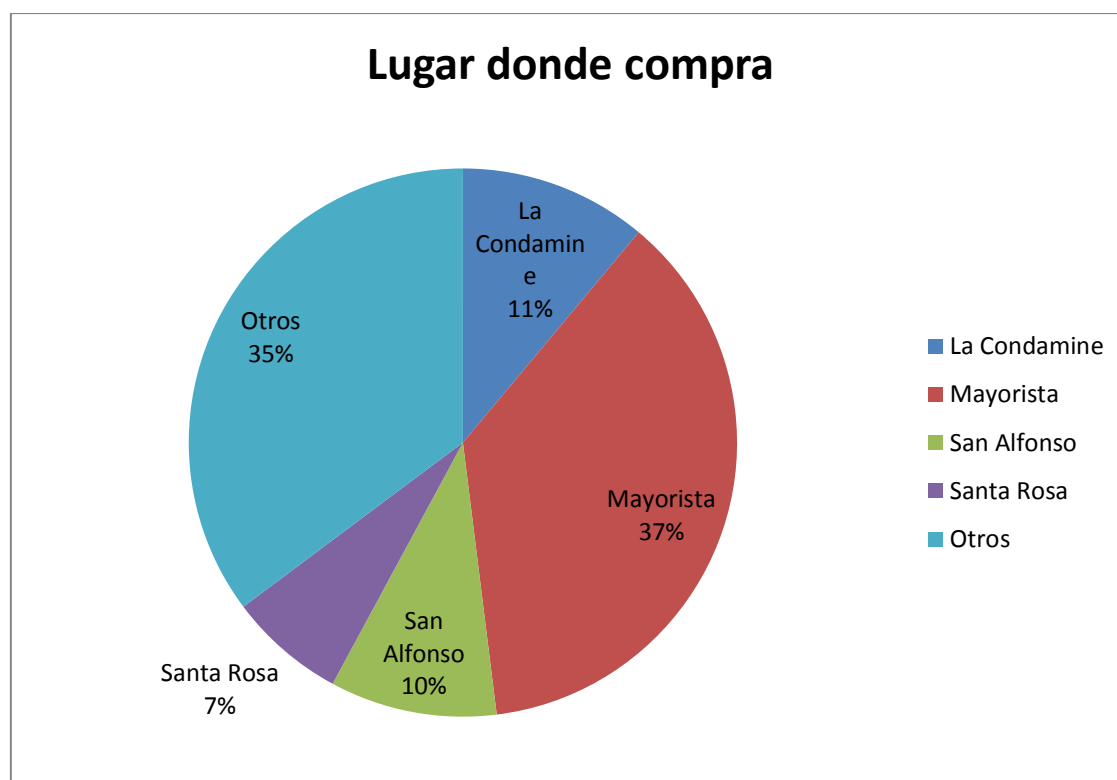


Figura 46. Lugar donde compra las frutas que consume

Fuente: Realizado por: Pául Gualpa

xi. Motivo por el que compra productos frutales

Tabla 118. Motivo por el que compra productos frutales

Motivo por el que compra					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Necesidad	73	18,0	18,3	18,3
	Precio módico	70	17,2	17,6	35,9
	Son de la zona	3	,7	,8	36,7
	Son saludables	251	61,8	63,1	99,7
	Otros	1	,2	,3	100,0
	Total	398	98,0	100,0	
Perdidos	Sistema	8	2,0		
Total		406	100,0		

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualpa

De acuerdo a la tabla 118. El motivo por el que compra frutas es en un 63,1% porque son buenos para la salud, el 18,3% porque son una necesidad, el 17,6% porque tienen un precio módico, el 0,8% porque los productos que compra son de la zona y el 0,3% por otros motivos.

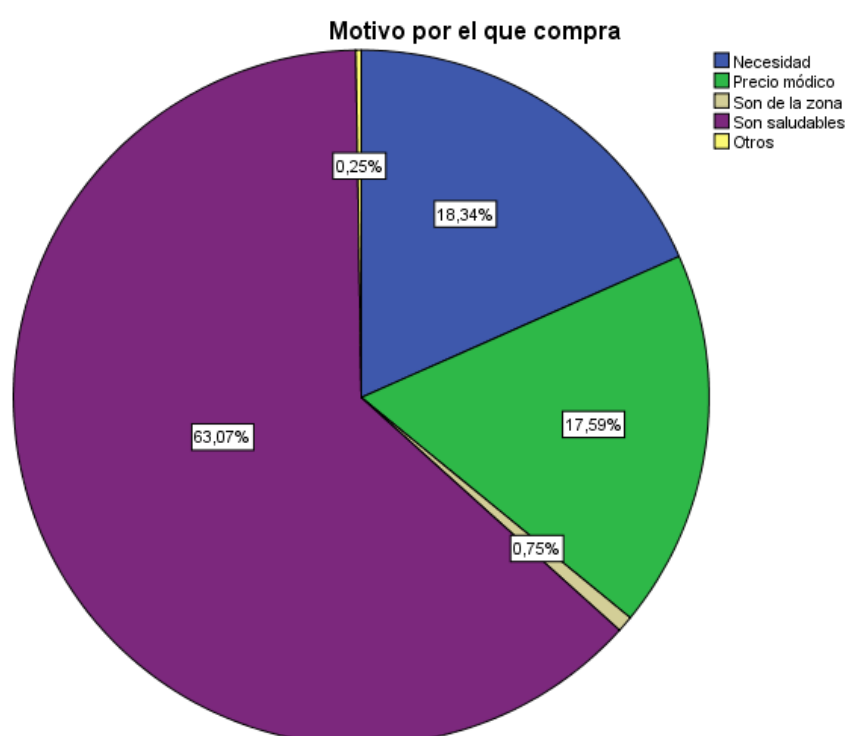


Figura 47. Motivo por el que compra

Fuente: Realizado por: Pául Gualpa

xii. Compraría productos en los sitios donde se cultivan

Tabla 119. Compraría productos en los sitios donde se cultivan

¿Compraría productos en los sitios donde se producen?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	333	82,0	83,3	83,3
	No	67	16,5	16,8	100,0
	Total	400	98,5	100,0	
Perdidos	Sistema	6	1,5		
Total		406	100,0		

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualpa

De acuerdo a la tabla 118. El 83,3% si comprarían productos en los sitios donde se cultivan y el 16,8% no comprarían productos en los sitios donde se cultivan.

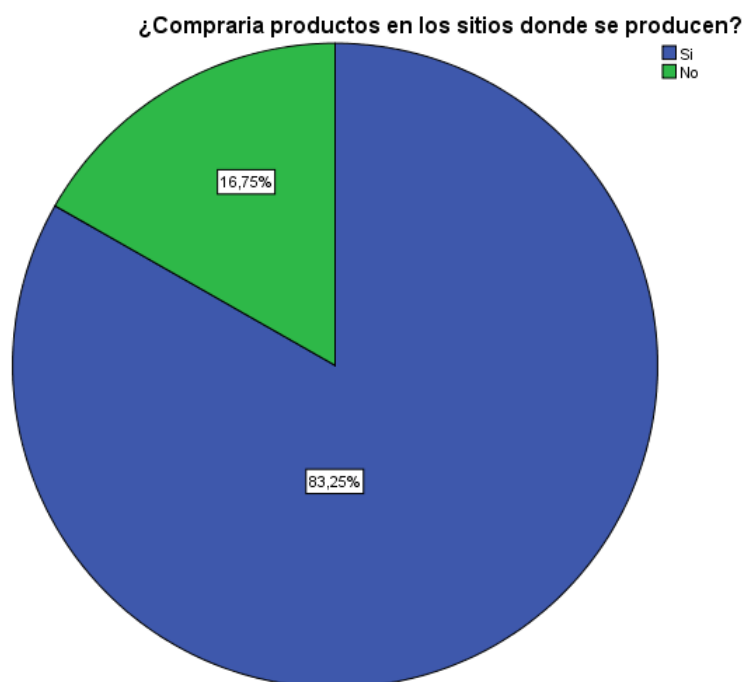


Figura 48. Compraría productos frutales en los sitios donde se producen

Fuente: Realizado por: Pául Gualpa

f) Perfil de la demanda de productos frutales

El 69,2% de los jefes de hogar pertenecen al género femenino y el 30.8% al género masculino.

El 27,3% de los jefes de familia están en una edad de 27 a 35 años, el 26,8% entre 36 a 44 años de edad, el 15,5% entre 18 a 26 años, se puede decir que el segmento de la demanda de productos frutales es relativamente joven.

El 45,2% de la demanda tiene un nivel de instrucción secundaria, el 28,1% se encuentra en el nivel de instrucción superior y el 19% tiene un nivel de instrucción primaria.

Entre las actividades principales están las siguientes: El 29,1% son comerciantes, el 21,7% son amas de casa, el 7,6% son estudiantes, el 5,7% son profesores, el 4,7% tienen un negocio. En su mayoría son profesionales con un título de tercer nivel y postgrado.

En el 29,4% de hogares existen 4 miembros de familia, en el 24,4% existen 5 miembros de familia, en el 16,5% de hogares existen 3 miembros de familia y en el 10,6% de hogares existen 6 miembros de familia.

El 63,5% de las familias desconoce la procedencia local de las frutas que consume, el 6,9% mencionan que provienen de la región costa, el 5,7% mencionan que vienen de la región sierra, el 5,2% mencionan que se cultivan en la provincia de Chimborazo, el 3,2% dice que viene del cantón Ambato, el 2,7% mencionan que se cultivan el cantón Chambo y un 2% menciona que son de la parroquia Bayushig.

El 65,7% si compra productos cultivados en la provincia de Chimborazo, el 24,9% desconoce la procedencia de los productos que compra y el 9,1% no compra productos cultivados en la provincia.

Las frutas que más consumen en los hogares son la manzana con un 22,1%, el guineo con 10,9%, la pera con el 9,9%, la frutilla con el 9,9%, el durazno con el 8%, la mora en un 2,5%.

El 36,9% compra los productos de frutales en el mercado mayorista, el 16,5% compra en diferentes mercados de la ciudad de Riobamba, el 11,1% compra en el mercado La Condamine, el 9,9% compra en el mercado San Alfonso, el 6,9% compra en el mercado de Santa Rosa, el 4,2% compra en la tienda del barrio y el 3,7% compra en los diferentes supermercados.

El 63,1% compra frutas porque son buenos para la salud, el 18,3% porque son una necesidad, el 17,6% porque tienen un precio módico, el 0,8% porque los productos que compra son de la zona y el 0,3% por otros motivos.

El 83,3% si comprarían productos en los sitios donde se cultivan y el 16,8% no comprarían productos en los sitios donde se cultivan.

g) Análisis de la demanda de eventos de competencia

i. Matriz para la investigación de mercados.

Para la recopilación de información de los deportistas de competencia se basó en la matriz para la investigación de mercados la cual brindo pautas para la elaboración del cuestionario de levantamiento de información:

Tabla 120. Matriz para la investigación de mercados.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE DE ESTUDIO	FUENTES DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS PARA RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN
Definir y cuantificar el universo de estudio, tamaño y distribución de la muestra	Deportistas que practican las diferentes modalidades en eventos de competencias en ruta y media montaña en la zona central del Ecuador	Organizadores de Eventos de competencia en ruta y media montaña. Trabajo de Campo	Cuestionario Encuesta
Analizar las variables socio demográficas	Edad, Genero, Procedencia, Nivel de Instrucción	Primaria Trabajo de campo	Cuestionario Encuesta
Análisis de variables psicográficas	Actividad Deporte que practica Condición física En que eventos de competencia a participado Como se entera de eventos de competencia Capacidad de gasto Motivación de compra Como compran Aceptación del producto	Primaria Trabajo de campo	Cuestionario Encuesta

Fuente: Ricaurte, 2012. Texto básico de Marketing Turístico

Realizado por: Pául Gualpa

h) Determinación del universo de estudio y cálculo de la muestra

El universo de estudio está integrado por los 400 deportistas que participan cada año en la competencia de ciclismo Chimborazo Extremo, esta información permitirá conocer los parámetros técnicos para la construcción de un evento de competencia en el Nevado el Altar:



RANKING GENERAL

GEN	CAT	DORSAL	NOMBRES/APELLIDOS	CATEGORIA	EQUIPO	CIUDAD
1		1	JOEL LEVI BURBANO CORAL	HOMBRES ABIERTA	TEAM FAIRIS	TULCAN
2	2	7	DARIO PITA	HOMBRES ABIERTA	INDEPENDIENTE	N/A
3	1	115	FELIPE ENDARA HERNANDEZ	MASTER A	TEAM GER	QUITO
4	3	8	JAVIER FIALLO	HOMBRES ABIERTA	CUBE QUITO	QUITO
5	2	103	EDWIN ARROYO	MASTER A	DOS RUEDAS WORKSHOP	QUITO
6	3	102	GALO TAMAYO	MASTER A	SPECIALIZED/EMPLAVID/RIALTO	CUENCA
7	4	112	JOSE CORNEJO	MASTER A	ECUAMANGERAS/KIA	QUITO
8	5	105	MARTIN SAENZ	MASTER A	MOVISTAR	QUITO
9	1	201	PATRICIO VERGARA AGUIRRE	MASTER B	SPECIALIZED CIKLA	CUENCA
10	4	16	ALEJANDRO ARMANDO MACHUCA	HOMBRES ABIERTA	SPECIALIZED ECUADOR	CUENCA
11	5	2	JORGE WASHINGTON BRITO BRITO	HOMBRES ABIERTA	INDEPENDIENTE	CUENCA
12	6	116	DIEGO MARCELO CALLES RUIZ	MASTER A	ALMACENES VASQUEZ	LATACUNGA
13	7	149	JAIME TAPIA SALAMEA	MASTER A	TECNOCYCL	CUENCA
14	6	13	JOSUE ANDRES SALGADO LOZA	HOMBRES ABIERTA	INDEPENDIENTE	IBARRA
15	7	14	PERICLES GALLEGOS	HOMBRES ABIERTA	TECNOCYCL	QUITO
16	8	19	ANIBAL BLADIMIR VILLACRES	HOMBRES ABIERTA	SAUCOS	AMBATO
17	8	104	MATHIAS PURTSCHERT	MASTER A	SEGUROS EQUINOCCIAL KIA	QUITO
18	9	114	ALFONSO BORJA	MASTER A	CIKLA QUITO	QUITO
19	10	108	SANTIAGO PAUL SALTOS TRELLES	MASTER A	BIKE CENTER	AMBATO
20	11	107	FELIPE EGUEZ	MASTER A	TATOO	QUITO
21	9	5	JUAN PABLO CORNEJO	HOMBRES ABIERTA	TECNOCYCL	CUENCA
22	12	118	EFRAIN CHIMBORAZO PUNINA	MASTER A	TALLER CHIMBORAZO	GUARANDA
23	10	3	RUBEN COBA NOBOA	HOMBRES ABIERTA	PEDAL EXTREME - BALANCE-KIA-SEGUROS EQUIP	QUITO
24	13	120	FERNANDO ROMERO	MASTER A	INDEPENDIENTE	LATACUNGA
25	14	119	PAULO PAREDES	MASTER A	INDEPENDIENTE	BAÑOS DE AGUA SANTA
26	15	129	EDGAR VINICIO FLORES GUACHAMIN	MASTER A	INDEPENDIENTE	QUITO
27	11	4	JEAN PAUL AGUIRRE SOTO	HOMBRES ABIERTA	USFQ	QUITO
28	2	204	JOSE VINICIO SALGADO ANDRADE	MASTER B	BICISHOP SALGADO	IBARRA
29	16	138	LUIS FELIPE ORELLANA CARDENAS	MASTER A	CUBE CUENCA	CUENCA
30	3	205	FELIPE BORJA	MASTER B	SCOTT	QUITO
31	1	401	JOANNA CORDOVA TERNEUS	MUJERES	SCHULLO	QUITO
32	1	301	ALBERTO VILLALBA	MASTER C	PICHINCHA	QUITO
33	4	209	CARLOS MAURICIO RAMON SANCHEZ	MASTER B	YAKU BIKERS	PUYO
34	12	43	WILLIAM ENRIQUE RIERA ZAMBRANO	HOMBRES ABIERTA	DOS RUEDAS BIKE	CUENCA
35	17	123	FAVIAN EUGENIO LUZURIAGA ULLOA	MASTER A	SPECIALIZED ECUADOR	CUENCA
36	5	220	RODRIGO AGAMA	MASTER B	TV CABLE	LATACUNGA
37	13	21	JIMMY XAVIER CADENA PUNGAÑA	HOMBRES ABIERTA	RETO SALINERITO	QUITO
38	14	37	JORGE CHERREZ	HOMBRES ABIERTA	INDEPENDIENTE	AMBATO
39	15	45	ANDRES PATRICIO ESPINOZA ALVARADO	HOMBRES ABIERTA	INDEPENDIENTE	CUENCA
40	16	10	HUGO DANILO HARO CAGUANA	HOMBRES ABIERTA	DICOSAVI	RIOBAMBA
41	2	302	PATRICIO WAGNER GUERRERO DURAN	MASTER C	INDEPENDIENTE	AMBATO
42	18	109	GUSTAVO VERDUGO	MASTER A	SPECIALIZED ECUADOR	CUENCA
43	17	17	EMILIO MOLINA RUEDA	HOMBRES ABIERTA	USFQ	QUITO
44	6	206	LENIN MAURICIO ECHEVERRIA ESPINOSA	MASTER B	PICHINCHA	QUITO
45	19	143	MAURICIO ALBAN	MASTER A	INDEPENDIENTE	LATACUNGA

GEN	CAT	DORSAL	NOMBRES/APELLIDOS	CATEGORIA	EQUIPO	CIUDAD
46	18	47	GONZALO ESPINOZA	HOMBRES ABIERTA	INDEPENDIENTE	QUITO
47	20	113	DIEGO ALEJANDRO BARRERA VILLARROEL	MASTER A	BAE	AMBATO
48	21	141	RAUL GERMAN VALLEJO AULESTIA	MASTER A	ANDINO Y ASO.	QUITO
49	7	213	PEDRO VINTIMILLA	MASTER B	SPECIALIZED ECUADOR	CUENCA
50	3	314	JUAN ALVARADO GONZALEZ	MASTER C	ASTARAY	CUENCA
51	22	148	DIEGO ROBERTO LÓPEZ ORTIZ	MASTER A	INDEPENDIENTE	AMBATO
52	19	36	LUIS MORALES	HOMBRES ABIERTA	INDEPENDIENTE	BAÑOS DE AGUA SANTA
53	8	214	RODRIGO SANCHEZ ESPINOZA	MASTER B	INDEPENDIENTE	QUITO
54	9	207	FERNANDO MERINO	MASTER B	GRUPO MASS	QUITO
55	20	39	DIEGO SEBASTIAN PALACIOS GALLARDO	HOMBRES ABIERTA	MY BIKE AMBATO	AMBATO
56	21	46	LUIS FERNANDO PROARO MIÑO	HOMBRES ABIERTA	SOLO PEDAL	QUITO
57	4	304	ADOLFO GUSTAVO PINTO GOMEZ	MASTER C	AVLLUS	AMBATO
58	23	127	JUAN ANDRES ALVAREZ	MASTER A	INDEPENDIENTE	CUENCA
59	24	147	TEDDY TORO SUAREZ	MASTER A	INDEPENDIENTE	QUITO
60	22	18	FELIPE MORILLO	HOMBRES ABIERTA	USFQ	QUITO
61	25	131	PAUL PAÑEGA	MASTER A	INNOVA LA BICICLETA	CUENCA
62	10	222	GUSTAVO RAMÍREZ JARAMILLO	MASTER B	INNOVA LA BICICLETA	CUENCA
63	23	11	WILSON ISRAEL QUILLÉ RÍOFRÍO	HOMBRES ABIERTA	TECNOCYCL	CUENCA
64	26	144	CARLOS ANTONIO YANZA	MASTER A	DOS RUEDAS BIKE	CUENCA
65	24	9	CHRISTIAN GALLARDO	HOMBRES ABIERTA	USFQ	QUITO
66	25	12	ANDRES ALDANA	HOMBRES ABIERTA	INDEPENDIENTE	QUITO
67	26	30	PAUL HERNANDEZ	HOMBRES ABIERTA	INDEPENDIENTE	QUITO
68	2	171	VICTORIA CALISTO	MUJERES	GUAMBRAS	QUITO
69	27	121	CRISTIAN PERALTA	MASTER A	CIKLA CUENCA	CUENCA
70	28	166	JOSE GAMBOA	MASTER A	INDEPENDIENTE	BAÑOS DE AGUA SANTA
71	3	403	ALEJANDRINA VILLACRES	MUJERES	TEAM FAIRIS	AMBATO
72	27	27	MANUEL ANTONIO POZO VILLARREAL	HOMBRES ABIERTA	VELOKO TEAM	TULCAN
73	11	211	LUIS ARTURO REASCOS CARRERA	MASTER B	INDEPENDIENTE	N/A
74	5	305	JAIME ROLANDO ALVARADO ESPINOZA	MASTER C	INDEPENDIENTE	CUENCA
75	28	29	FABIAN MERINO YANEZ	HOMBRES ABIERTA	INDEPENDIENTE	RIOBAMBA
76	29	168	JAVIER MERA	MASTER A	CROSS COUNTRY PATATE	PATATE
77	29	40	OMAR ROMERO	HOMBRES ABIERTA	CICLOS	AZOGUES
78	30	132	ALVARO EUGENIO TELLO CABRERA	MASTER A	CICLOS	AZOGUES
79	31	135	PABLO JAVIER COQUE GALLEGOS	MASTER A	VERDE COTALO	COTALO
80	11	240	HERNAN ESTEBAN NARVAEZ DURAN	MASTER B	METAL PRINT	CUENCA
81	30	44	KEVIN FABIAN ORTIZ ARREGUI	HOMBRES ABIERTA	INDEPENDIENTE	QUITO
82	12	219	ALVARO VINTIMILLA	MASTER B	CUBE CUENCA	CUENCA
83	4	406	SANDRA MARIANELA CABRERA LOPEZ	MUJERES	INDEPENDIENTE	AMBATO
84	32	124	JUAN FERNANDO VASQUEZ MALO	MASTER A	INDEPENDIENTE	CUENCA
85	31	26	XAVIER MENDIETA	HOMBRES ABIERTA	INDEPENDIENTE	AZOGUES
86	15	212	JORGE LEONARDO TIPAN TENESACA	MASTER B	SPECIALIZED ECUADOR	CUENCA
87	14	228	HIPOLITO CASANOVA	MASTER B	INDEPENDIENTE	QUITO
88	33	117	HECTOR RENÉ AVILA LOYER	MASTER A	SERRANOS TEAM	CUENCA
89	32	38	CARLOS ESPINOZA	HOMBRES ABIERTA	INDEPENDIENTE	CUENCA
90	34	125	HENRY SALAZAR AREVALO	MASTER A	OUTDOOR PLANET GYM	RIOBAMBA

GEN	CAT	DORSAL	NOMBRES/APELLIDOS	CATEGORIA	EQUIPO	CIUDAD
91	35	139	ALEXIS OSWALDO QUIROGA BARBA	MASTER A	ALFAS DE MONTAÑA	AMBATO
92	36	136	ROMEL VINICIO AYALA CRUZ	MASTER A	INDEPENDIENTE	CUENCA
93	33	20	DIEGO LEONEL OCAÑA PARRA	HOMBRES ABIERTA	PROCYCLING MHF	RIOBAMBA
94	37	110	GUSTAVO PEÑAHERRERA	MASTER A	INDEPENDIENTE	QUITO
95	38	162	ALBERTO GOMEZ	MASTER A	OPTICA RIOBAMBA	GUAYAQUIL
96	34	28	MILTON ANTONIO SAQUISILI GONZALEZ	HOMBRES ABIERTA	CICLOS	AZOGUES
97	15	223	IVAN ROBLES DURAZNO	MASTER B	ENBICIADOS	CUENCA
98	16	243	BOLIVAR RICARDO GARATE BERNAL	MASTER B	KDA 7	CUENCA
99	39	150	PAUL SANTIAGO QUINTEROS JARAMILLO	MASTER A	MY BIKE AMBATO	AMBATO
100	6	306	HECTOR MARCELO ATI ANDINO	MASTER C	INDEPENDIENTE	QUITO
101	17	227	FRANCISCO CARRERA	MASTER B	PEDALIUS	CUENCA
102	40	164	LUIS FERNANDO PINOS MEDINA	MASTER A	INDEPENDIENTE	AMBATO
103	18	229	MARK EDMUNDO LOZADA CASTILLO	MASTER B	INDEPENDIENTE	AMBATO
104	5	405	CAROLINA MONSERRATH PALACIOS GONZÁLES	MUJERES	INDEPENDIENTE	AMBATO
105	41	140	SEBASTIAN TORAL ESPINOZA	MASTER A	PEDALIUS	CUENCA
106	19	246	MIGUEL NESTOR ZAMBRANO SINCHE	MASTER B	AZOBIKE	AZOGUES
107	35	23	EDISON GUAMAN PLASENCIO	HOMBRES ABIERTA	GOE	RIOBAMBA
108	6	407	MARIA FERNANDA PALACIOS IBARRA	MUJERES	INDEPENDIENTE	CUENCA
109	7	307	WILLIAM FERNANDO FLORES GAIBOR	MASTER C	INDEPENDIENTE	QUITO
110	8	312	NUMAN MOHRI	MASTER C	INNOVA LA BICICLETA	CUENCA
111	42	142	EDWIN EFRAIN VAZQUEZ SALAZAR	MASTER A	EEVS	CUENCA
112	7	411	CRISTINA NORIEGA	MUJERES	INDEPENDIENTE	QUITO
113	9	313	JAIME AUGUSTO ABRIL INSUASTI	MASTER C	INDEPENDIENTE	CUENCA
114	43	111	MARCO ANTONIO SACTA GUARTASACA	MASTER A	CENTRO TERAPEUTICO JUAN BOSCO	PAUTE
115	20	232	SEBASTIAN SALAZAR HARRIS	MASTER B	PEDALIUS	CUENCA
116	8	404	PAOLA VALERIA AGUIRRE CASTRO	MUJERES	INDEPENDIENTE	CUENCA
117	44	161	EDWIN PATRICIO CHACHA PINEDA	MASTER A	INDEPENDIENTE	ALAUSSI
118	10	317	HERNÁN OSWALDO VILLARREAL VILLACIS	MASTER C	EL CONSTRUCTOR	QUITO
119	45	146	MAURICIO XAVIER QUIROGA BARBA	MASTER A	ALFAS DE MONTAÑA	AMBATO
120	9	408	MA ESTHELA MARCA	MUJERES	INDEPENDIENTE	QUITO
121	46	169	OSWALDO MOROCHO YUQUILEMA	MASTER A	GOE	RIOBAMBA
122	21	238	OSWALDO REYES ANDRADE	MASTER B	SERRANOS TEAM	CUENCA
123	22	225	FABRICIO JOSÉ COELLO POLO	MASTER B	INNOVA LA BICICLETA	CUENCA
124	11	308	ANIBAL VILLACRES	MASTER C	TEAM FAIRIS	AMBATO
125	47	123	DIEGO RIOS	MASTER A	TEDASA	CUENCA
126	23	226	DIEGO DUQUE	MASTER B	INDEPENDIENTE	QUITO
127	12	303	FABRICIO PALACIOS	MASTER C	INDEPENDIENTE	AMBATO
128	48	163	ALFREDO ALEJANDRO HARO GOMEZ	MASTER A	GOE	RIOBAMBA
129	24	245	ALEX FERNANDO PANTOJA	MASTER B	PROTELL	QUITO
130	49	153	JOSÉ ALMEIDA	MASTER A	INDEPENDIENTE	CUENCA
131	10	412	ALEJANDRA GALARZA	MUJERES	DELTA	QUITO
132	11	402	AMANDA PURTSCHERT	MUJERES	TERRAVENTURA TATOO	QUITO
133	25	230	DIEGO FERNANDO MARTINEZ DUQUE	MASTER B	INNOVA LA BICICLETA	CUENCA
134	13	310	FERNANDO ROMERO REYES	MASTER C	INDEPENDIENTE	CUENCA
135	36	22	JEFF PAUL ENDARA	HOMBRES ABIERTA	PTT	GUAYAQUIL

GEN	CAT	DORSAL	NOMBRES/APELLIDOS	CATEGORIA	EQUIPO	CIUDAD
136	50	130	MILTON NOVILLO VALLEJO	MASTER A	PODIUM	CUENCA
137	51	126	MARCO VINICIO ESCOLA ALVEAR	MASTER A	INDEPENDIENTE	QUITO
138	52	128	FRANCISCO ALEJANDRO CORDOVA RIVERA	MASTER A	BICI BIBLIAN	BIBLIAN
139	53	167	VLADIMIR REA RIVERA	MASTER A	INDEPENDIENTE	QUITO
140	54	160	CÉSAR GUEVARA	MASTER A	INDEPENDIENTE	AMBATO
141	55	155	CARLOS ANDRES MARTINEZ PALACIOS	MASTER A	INNOVA LA BICICLETA	CUENCA
142	56	156	LUIS MIGUEL PINOS ERAZO	MASTER A	GOE	RIOBAMBA
143	37	32	LENIN ISRAEL CHASI TINOCO	HOMBRES ABIERTA	MULTICINES SANTANA	CUENCA
144	12	409	DEBORAH VIVANCO	MUJERES	APM MARISCAL	QUITO
145	14	309	MARCELO CABRERA LÓPEZ	MASTER C	INDEPENDIENTE	AMBATO
146	38	31	PEDRO SEBASTIAN CHASI TINOCO	HOMBRES ABIERTA	MULTICINES SANTANA	CUENCA
147	57	151	DAVID FERNANDO OCHOA COBOS	MASTER A	INDEPENDIENTE	CUENCA
148	58	137	FAUSTO E. HERNÁNDEZ	MASTER A	APM MARISCAL	QUITO
149	59	157	EDISON MAURICIO RAMIREZ TAPIA	MASTER A	MONOBIKER	GUAYAQUIL
150	26	221	CÉSAR PICHUCHO	MASTER B	AMBATO EN BICI	AMBATO
151	60	159	PABLO MENDEZ	MASTER A	CICLA CUENCA	CUENCA
152	27	234	PATRICIO RICARDO CASTILLO MONCAYO	MASTER B	SOLO PEDAL	QUITO
153	61	152	CRISTIAN ISRAEL GUACHO VISCAINO	MASTER A	INDEPENDIENTE	LATACUNGA
154	13	248	CATALINA ONTANEDA	MUJERES	INDEPENDIENTE	QUITO
155	39	34	MARCO LEONARDO ROBAYO ALCOCER	HOMBRES ABIERTA	DICOSAVI	RIOBAMBA
156	40	35	OMAR ANDRES VILLACIS SILVA	HOMBRES ABIERTA	MTB MONTALVO	MONTALVO
157	28	247	WEILIANG YE YU	MASTER B	OPTICA RIOBAMBA	GUAYAQUIL
158	14	410	NORMA CECILIA CASTRO SAGBAY	MUJERES	INDEPENDIENTE	CUENCA
159	41	48	PEDRO MISSURA	HOMBRES ABIERTA	RETRO CITY CYCLES	QUITO
160	29	217	JAIME HERNAN CASTILLO SARAUIZ	MASTER B	INNOVA LA BICICLETA	CUENCA
161	30	216	SANTIAGO JAVIER AULESTIA VALENCIA	MASTER B	INDEPENDIENTE	QUITO
162	31	242	VICENTE MOLINA	MASTER B	INDEPENDIENTE	RIOBAMBA
163	42	42	WILSON IGNACIO SEGOVIA VELASTEGUI	HOMBRES ABIERTA	TIGRES	RIOBAMBA
164	15	311	GREGORIO AGUIRRE	MASTER C	SOLO PEDAL	QUITO
165	32	235	LUIS F CASTILLO	MASTER B	INDEPENDIENTE	QUITO
166	62	154	EDWIN GEOVANNY GUALPA CRUZ	MASTER A	INDEPENDIENTE	SALCEDO
167	33	224	MARCELO ANTONIO LEDESMA LEON	MASTER B	INDEPENDIENTE	QUITO
168	34	231	FRANCISCO XAVIER VIDAL DURAN	MASTER B	ENBICIADOS	CUENCA

Figura 49. Deportistas que participan en Chimborazo Extremo – Modalidad Individual

Fuente: Chimborazo Extremo, 2016

chimborazoextremo

RANKING GENERAL POR EQUIPOS

2016

GEN	CAT	DORSAL	NOMBRES/APELLIDOS	NOMBRES/APELLIDOS 2	CATEGORIA	EQUIPO
1	1	501	WILLIAM FERNANDO TOBAY MOGROVEJO	CHRISTIAN SANTIAGO CAIVINAGUA BRITO	EQUIPOS VARONES A	SPECIALIZED ECUADOR
2	1	601	CARLOS REVELLO	MARCO PITA	EQUIPOS VARONES B	TEAM BULLS ECUADOR
3	2	503	SHUTI MOSCOSO	PEDRO ORDOÑEZ	EQUIPOS VARONES A	TECNOCYCL
4	2	603	SEBASTIAN NARANJO PALACIOS	DIEGO CONSTANCIO	EQUIPOS VARONES B	TATOO - SCOTT
5	3	607	CHRISTIAN CLAUDIO CORDOVA HERRERA	JOSE JUAN CURIPALLO GARCIA	EQUIPOS VARONES B	AIULLUS
6	3	502	FAUSTO MOLINA	RICHARD MARCELO PARRENO ALVAREZ	EQUIPOS VARONES A	PIÑON FIJO LATACUNGA
7	1	702	YOSIANA QUINTERO PINEDA	CHRISTIAN ANDRÉS LASCANO ARIAS	EQUIPOS MIXTOS	MATT'S CYCLES-SPECIALIZED
8	2	701	ALEXANDRA GABRIELA SERRANO RODRIGUEZ	MARCO SANTIAGO PADILLA GOVEO	EQUIPOS MIXTOS	CUBE
9	4	605	LEONARDO SANCHEZ CORREA	PEDRO ROLANDO LUZURIAGA MENDIETA	EQUIPOS VARONES B	SPECIALIZED ECUADOR CUENCA
10	5	604	MIGUEL MAYA	JUAN IGNACIO SEVILLA NARANJO	EQUIPOS VARONES B	CRANSA COMERCIAL MAYA
11	3	716	AURA ELENA PEREZ GUAMIALAMAG	MIGUEL ANGEL CARLOSAMA CAMARGO	EQUIPOS MIXTOS	ED BIKES
12	6	602	RENATO CISNEROS DILLON	ANDRÉS RÍOS	EQUIPOS VARONES B	KIA SEGUROS EQUINOCCIAL CICLOMUNDO
13	7	613	PABLO RICAURTE	ALEX BORJA	EQUIPOS VARONES B	PUNTOCHEK
14	4	707	GABRIELA VILLACRES	DANIEL MARTIN SALAZAR GUERRERO	EQUIPOS MIXTOS	TECNOCYCLONINER
15	4	517	JAIME ROBERTO VILLACIS HEREDIA	EDWIN GEORVANY BOBANO PAGUAY	EQUIPOS VARONES A	TEAM GER
16	8	626	PABLO PEREZ	JUAN CARLOS TOBAR	EQUIPOS VARONES B	ALMACENES VASQUEZ
17	5	510	JUAN CARLOS CORDOVA TORRES	JUAN CARLOS CORDOVA SUAREZ	EQUIPOS VARONES A	CORDOVAS
18	5	505	FELIPE SANTIAGO VINTIMILLA PAREDES	WILSON SANTIAGO GONZALEZ SALAZAR	EQUIPOS VARONES A	GONZALEZ - VINTIMILLA
19	9	609	JUAN ALMEIDA	JUAN PABLO CUEVA PEREZ	EQUIPOS VARONES B	CIKLA SPECIALIZED CUENCA
20	5	704	VERONICA JARRIN	LUIS ALBERTO VELEZ GARCIA	EQUIPOS MIXTOS	CUBE-MAKROSECURITY-ENERGY
21	10	614	IVAN FABRICIO LOPEZ ORTIZ	DIEGO FERNANDO TOMASELLI JACOME	EQUIPOS VARONES B	MATT'S CYCLES / BIKE CENTER
22	6	509	JORGE SEBASTIAN LEON RODRIGUEZ	CHRISTIAN ALVAREZ ZURITA	EQUIPOS VARONES A	MATT'S CYCLES - K9
23	11	622	GUSTAVO MOSCOSO ORDOÑEZ	FABIAN ALEXANDER PERALTA VÉLEZ	EQUIPOS VARONES A	EQUIFRIGO
24	12	624	MARIO ALONSO GAMBOA CAMINO	JOSE LUIS LANDA LANDA	EQUIPOS VARONES B	INSATNU S.A
25	6	703	KAREN BEZERRA	JORGE SALAZAR AREVALO	EQUIPOS MIXTOS	OUTDOOR PLANET GYM
26	7	713	MARIA DE LOS ANGELES VILLACRES	KLEVER VILLACRES	EQUIPOS MIXTOS	FAIRIS
27	8	719	ELIZABETH PINCHAO	JONATHAN ROSERO	EQUIPOS MIXTOS	GT-DELTA
28	13	643	JORGE AUGUSTO YARAD CUSTODE	ESTEBAN MAURICIO YANEZ PADILLA	EQUIPOS VARONES B	CATERING SERVICE Y
29	14	606	DAVID SANTIAGO CASTRO PIEDRA	TEODORO TAMARIZ	EQUIPOS VARONES B	SERRANOS TEAM I
30	15	610	JOAQUIN ECHEVERRIA SANCHEZ	JOSE GARCÉS	EQUIPOS VARONES B	ANDESBIKE
31	16	630	DANNY LEMA	ALVARO JOSE MEDINA CAMPAÑA	EQUIPOS VARONES B	LATABIKE
32	17	608	SANTIAGO CAMACHO	MARCO QUISE	EQUIPOS VARONES B	MAVELCO
33	7	504	FRANCISCO COELLO	EDISON MAURICIO SACA GUAMAN	EQUIPOS VARONES A	FATE
34	8	512	HUGO SAMUELA	LUIS ANIBAL PERUGACHI SANDOVAL	EQUIPOS VARONES A	GIANT OF THE MOUNTAIN
35	18	618	JONATAN PINO	DANIEL NARVAEZ	EQUIPOS VARONES B	IMK3
36	1	801	CLAUDIA DURÁN	DANIELA ORBE	EQUIPOS MUJERES	CUBE-GVSPORTS-BALANCE
37	19	634	NELSON GERMAN VALLES ROMO	ISRAEL FRANCISCO VALLES ZUMARRAGA	EQUIPOS VARONES B	FOXNET
38	20	628	CRISTIAN ANDRÉS PROANO MERCHAN	XAVIER MORGAN	EQUIPOS VARONES B	DIARIO EL MERCURIO
39	21	646	JUAN CARLOS VILLAVICENCIO CABRERA	ROBERTO CARLOS RAMIREZ TORAL	EQUIPOS VARONES B	CIENXCIENTO
40	22	632	PAUL CAJAS	PAULO DAVID HERRERA LATORRE	EQUIPOS VARONES B	UNACH
41	23	615	PAUL FELIPE REYES ANDRADE	JAIR RANGEL GOMEZ	EQUIPOS VARONES B	SERRANOS TEAM
42	24	633	JUAN CANELOS	JULIO CORAL POLANCO	EQUIPOS VARONES B	ZENSE BIKE TEAM
43	9	506	ALBERTO ANTONIO MERIZALDE AYMACAÑA	WILIAN ROBERTO CHUQUI BARRIGA	EQUIPOS VARONES A	COCOS BOYS1
44	2	805	GABRIELA TORRES ORTIZ	GABRIELA CECILIA CABRERA FIGUEROA	EQUIPOS MUJERES	EMBIACIAS CIKLA
45	9	712	ANDREA CAROLINA MATA SEMERIA	JUAN RODRIGUEZ	EQUIPOS MIXTOS	TOMEBAMBA

GEN	CAT	DORSAL	NOMBRES/APELLIDOS	NOMBRES/APELLIDOS 2	CATEGORIA	EQUIPO
46	3	808	ANGELA ARANGO	MARIA LORENA MOLINA GRANJA	EQUIPOS MUJERES	LORE Y ANGELA
47	10	516	CÉSAR GILBERTO SORIA PAREDES	JORGE ANTONIO SORIA TAMAYO	EQUIPOS VARONES A	LOS MANDARINAS
48	25	627	JUAN FRANCISCO CAICEDO MUÑOZ	SAULO DANILLO GARCIA TORRES	EQUIPOS VARONES B	CROSSCOUNTRY PATATE
49	11	514	HECTOR VILLALBA ORTEGA	ESTEBAN CORDERO NOBOA	EQUIPOS VARONES A	LOS POLLOS DELIRMANOS
50	10	710	DERLY GÓMEZ DE LA TORRE GARCIA	TOMASO ENEA NORERO	EQUIPOS MIXTOS	B-RIDER
51	4	804	DANIELA LEON ESPINOSA	ISABEL FREILE	EQUIPOS MUJERES	GUAMBRAS BLUECARD
52	11	714	ALBA CEVALLOS	FAUSTO EFRAIN MORA BARAHONA	EQUIPOS MIXTOS	GUAYTAMBITOS
53	12	708	VERONICA MOSCOSO PIEDRA	NICOLAS LOPEZ MORENO	EQUIPOS MIXTOS	NICOMALICIA
54	26	637	RICARDO EFRAIN ULLOA BATALLAS	JOSE FERNANDO ALVAREZ PRADO	EQUIPOS VARONES B	FARU XTR
55	5	807	MARIBEL GUERRERO ARBOLEDA	SANDRA TAMARA ORTIZ PAREDES	EQUIPOS MUJERES	LORAS
56	6	802	TATIANA CALDERON	ANA ALCOSER	EQUIPOS MUJERES	DELTA AT
57	12	514	VICENTE JAVIER ROMERO HIDALGO	DANIEL STALIN VISTIN CASTILLO	EQUIPOS VARONES A	TIGRES
58	7	806	MARYSOL RUILOVA MACHUCA	CECILIA VACA JONES	EQUIPOS MUJERES	SOROCHE DELTAS
59	27	638	FREDY ORLANDO ALVAREZ JACOME	MIGUEL ANGEL GUILCAMAIGUA TARCO	EQUIPOS VARONES B	COCOS BOYS2
60	13	715	DANIELA DEL ROCIO MACHUCA MACHUCA	LUIS MARCELINO MACHUCA POGO	EQUIPOS MIXTOS	HALCONES UNIDOS
61	13	511	PAULO CRUZ	NELSON ERAZO	EQUIPOS VARONES A	HDP TEAM
62	14	706	SANDRA PATRICIA MOSQUERA MOYA	JUAN CARLOS BONILLA BORJA	EQUIPOS MIXTOS	GARGANTA DE FUEGO
63	28	625	JOSE MIGUEL GARANGUI LOJANO	DARWIN PATRICIO GUILLÉN ORTIZ	EQUIPOS VARONES B	CYCLOS 5
64	29	635	MANUEL ORFAITH RIVERA VACA	MIGUEL EDUARDO MEDINA CADENA	EQUIPOS VARONES B	DOCTORES CLUB ALEX CALLES
65	30	619	DANILO RICARDO NUÑEZ	JUAN CARLOS VAYAS VALLEJO	EQUIPOS VARONES B	TEAM RIDERS
66	31	623	LUIS ALBERTO MONSALVE DURAN	EDGAR OCHOA FIGUEROA	EQUIPOS VARONES B	PEDALIUS +
67	32	636	PABLO GUSTAVO RICAURTE ILLANEZ	DARIO ROJAS	EQUIPOS VARONES B	VITAL SPORT
68	33	621	JOSÉ BURGOS	JAVIER ALVAREZ MURILLO	EQUIPOS VARONES B	CICLOAVENTURA CALDERÓN
69	34	629	FELIPE BERRU	SANTIAGO TORRES	EQUIPOS VARONES B	SA&F
70	35	651	FREDDY REA RODRIGUEZ	PATRICIO GÓMEZ BALSECA	EQUIPOS VARONES B	LOS HIELEROS
71	15	719	VALERIA SANTILLAN	PEDRO SANTILLAN	EQUIPOS MIXTOS	LACTEOS SANTILLAN
72	36	640	PO LIANG LIU	LEANDRO APPOLLONIO	EQUIPOS VARONES B	LOSTBIKERS
73	16	717	MARTHA CARRASCAL	WILMER GUALTOÑA	EQUIPOS MIXTOS	PINCHADOS
74	17	721	HEYDY MACIAS ORELLANA	TITO PALMA VILLEGAS	EQUIPOS MIXTOS	LOST BIKERS
75	37	642	DANIEL VALLE	DAVID GÓMEZ	EQUIPOS VARONES B	ATACTAMET
		720	ANDREA ELIZABETH CALDERON GARZON	DANILO PATRICIO YAMBAY BONILLA	EQUIPOS MIXTOS	ADH BIKE
		518	CARLOS ENRIQUE TULCAN MUÑOZ	KLEBER GERARDO CEPEDA MORENO	EQUIPOS VARONES A	VALENCIA MTB
		617	FERNANDO MARQUES ARTIEDA	DANIEL SALAZAR	EQUIPOS VARONES B	LOBOS
		639	FELIPE LOPEZ MORENO	SANTIAGO MORENO DELGADO	EQUIPOS VARONES B	MORENOLOPEZ
		645	JUAN CARLOS PALAU	OSCAR RAUL CORDOVEZ NOVOA	EQUIPOS VARONES B	GUAYAS EXTREMO
		648	IVAN COLLAHUZO SANCHEZ	PABLO GIOVANY LOPEZ	EQUIPOS VARONES B	DOS RUEDAS
		649	MARCO LOPEZ GUILLÉN	JUAN REYES GUILLÉN	EQUIPOS VARONES B	LOPEZ REYES
		705	VERONICA CRESPO VALDIVIESO	GUSTAVO VITERI BURBANO DE LARA	EQUIPOS MIXTOS	CUBE MAKROSECURITY
		711	ALEXANDRA VELASCO	PABLO PINTO	EQUIPOS MIXTOS	POPEYE Y OLIVIA
		809	ALEXANDRA GALARZA VARGAS	CAROLINA BURGOS PUERTAS	EQUIPOS MUJERES	DELTA CA
		612	LENIN PATRICIO CAMACHO ALARCÓN	LUIS ALBERTO MEDRANO	EQUIPOS VARONES B	OLD SCHOOL
		616	IVAN PATRICIO BRAVO TAMAYO	ANDRÉS SEBASTIAN BRAVO LEON	EQUIPOS VARONES B	LOS TUCOL
		803	PRISCILA ENCALADA	ANDREA MARTINA MUÑOZ BAQUERO	EQUIPOS MUJERES	CUBE
		508	ISAAC ANDRÉS RIVERA ROSERO	DIEGO FERNANDO RIVERA MARQUEZ	EQUIPOS VARONES A	NEVER BACK DOWN
		515	JUAN CARLOS MERA	LAURO ESTEBAN GUERRERO GARRIDO	EQUIPOS VARONES A	C.M.A.CELL

GEN	CAT	DORSAL	NOMBRES/APELLIDOS	NOMBRES/APELLIDOS 2	CATEGORIA	EQUIPO
611			IVAN ANDRES CARVALLO	JUAN DIEGO CASTANIER	EQUIPOS VARONES B	VIVANT SANTAANA
620			JUAN FERNANDO ENCALADA ENCALADA	ROBERTO CÁRDENAS	EQUIPOS VARONES B	ENBICIS
641			JOSE ALEJANDRO ZAMBRANO GUERRERO	JOSE AUGUSTO VILLALBA MOLINA	EQUIPOS VARONES B	ALEM COTOPAXI
644			BYRON CALVOPINA	CARLOS RAÚL CAMACHO OLEAS	EQUIPOS VARONES B	LUCKY MILANO
647			JUAN MIGUEL TORRES	???	EQUIPOS VARONES B	PDJT
650			GEOVANY MORENO	JOSE LUIS GUAMBO LOPEZ	EQUIPOS VARONES B	GM&PG

Figura 50. Deportistas que participan en Chimborazo Extremo – Modalidad Equipos

Fuente: Chimborazo Extremo, 2016

i) Muestra

Para realizar el estudio se realizó el muestreo aleatorio simple debido a que conocemos el dato del universo, en el cual cada elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser elegido. El universo está integrado por 400 deportistas, para el muestreo decidimos aplicar las encuestas al azar a 37 deportistas.

j) Instrumento

El instrumento que se utilizó en el presente estudio es la encuesta, (Anexo nº6) la misma que fue desarrollada para recopilar, procesar e interpretar de forma sistemática y objetiva la información. Para la investigación cualitativa y cuantitativa se formularon preguntas en base a un cuestionario con preguntas abiertas, cerradas, de opción múltiple, para medir las opiniones y actitudes que expresen una posición claramente favorable o desfavorable.

k) Caracterización de la demanda de eventos de competencia

i. Género

Tabla 121. Género

Género					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	34	91,9	91,9	91,9
	Femenino	3	8,1	8,1	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualpa

De acuerdo a los datos obtenidos el 91,9% de los deportistas son del género masculino dato mayor en relación con el 8,1% del género femenino.

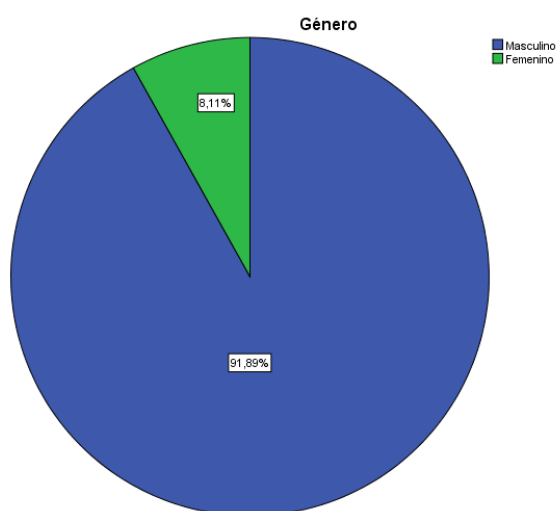


Figura 51. Género

Fuente: Realizado por: Pául Gualpa

ii. Edad

Tabla 122. Edad

Edad Deportistas						
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	\bar{x}
	18-44	33	89,1	89,1	89,1	34 años
	45-53	3	8,1	8,1	97,2	
	54-62	1	2,7	2,7	100	
	Total	37	100	100		

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualpa

De acuerdo a la tabla N°122, el 89,1% de los deportistas se encuentran en edades que van desde los 18 a 44 años, y en un 10,8% los que están entre 45 a 62 años.

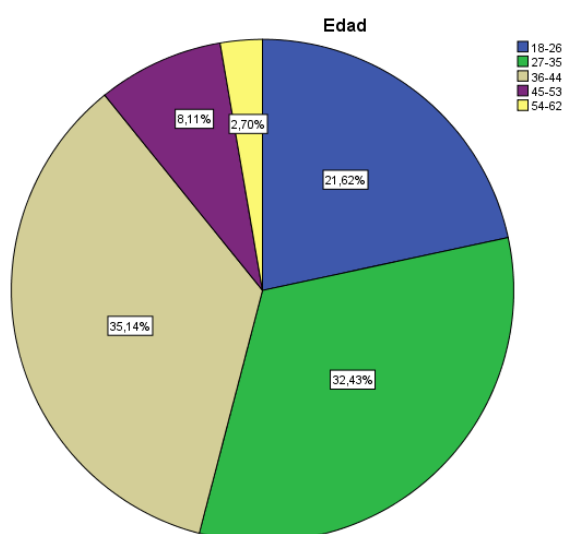


Figura 52. Edad

Fuente: Realizado por: Pául Gualpa

iii. Lugar de procedencia

Tabla 123, Lugar de procedencia

Lugar de procedencia					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ambato	1	2,7	2,7	2,7
	Azogues	3	8,1	8,1	10,8
	Baños	1	2,7	2,7	13,5
	Cuenca	10	27,0	27,0	40,5
	Guano	1	2,7	2,7	43,2
	Guayaquil	1	2,7	2,7	45,9
	Ibarra	2	5,4	5,4	51,4
	Quito	8	21,6	21,6	73,0
	Riobamba	9	24,3	24,3	97,3
	Sangolquí	1	2,7	2,7	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

De acuerdo a la tabla 122. El 27% de los deportistas son de la ciudad de Cuenca, el 24,3% son de la ciudad de Riobamba, el 21,6% son de la ciudad de Quito y en menores porcentajes que constituyen el 1%, 2% y 3% son de las ciudades de Ambato, Baños, Guayaquil, Ibarra y Azogues.

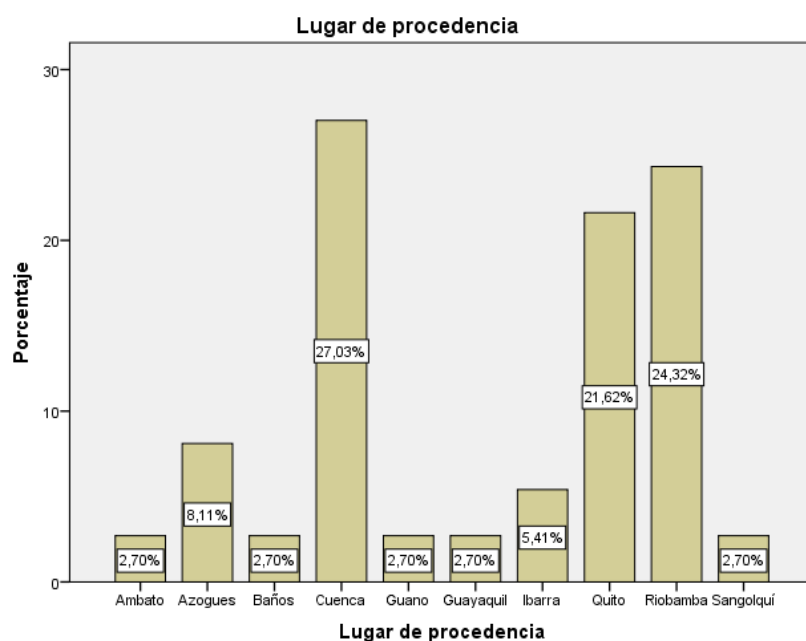


Figura 53. Lugar de procedencia

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpá

iv. Nivel de Instrucción

Tabla 124. Nivel de Instrucción

Nivel de instrucción					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Secundaria	5	13,5	13,9	13,9
	Superior	25	67,6	69,4	83,3
	Posgrado	6	16,2	16,7	100,0
	Total	36	97,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,7		
Total		37	100,0		

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Guallpa

De acuerdo a la tabla 123, el 65,6% de los deportistas tiene un nivel de instrucción superior, el 6% de postgrado y el 5% de secundaria.

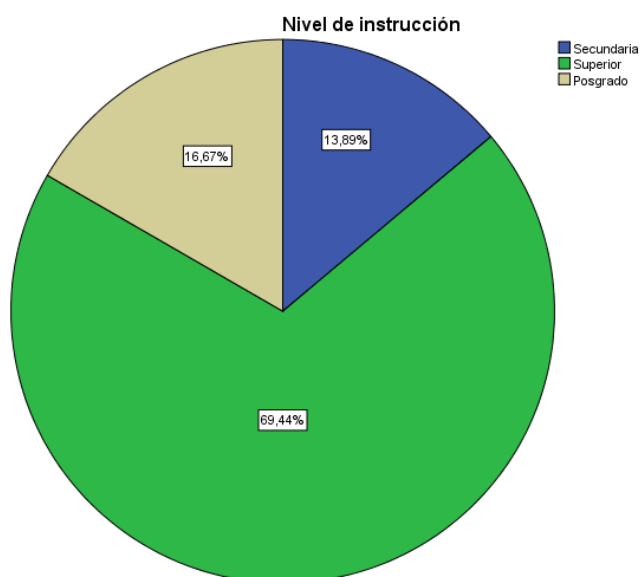


Figura 54. Nivel de instrucción

Fuente: Realizado por: Pául Guallpa

v. Ocupación

Tabla 125. Ocupación

Ocupación					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	Comerciante	2	5%	5%	5%
	Empleado privado	3	8%	8%	14%
	Estudiante	2	5%	5%	19%
	Guía de turismo	4	11%	11%	30%
	Independiente	2	5%	5%	35%
	Laboratorio	2	5%	5%	41%
	Médico	2	5%	5%	46%
	Policía Nacional	2	5%	5%	51%
	Otros	18	49%	49%	100%
	Total	37	100	100	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualpa

De acuerdo a la tabla 125, referente a la ocupación de los deportistas, el 11% son guías de turismo, el 8% son empleados privados, el 6 % son comerciantes o estudiantes , el 5% se repite en ocupaciones destacadas como Laboratorio, trabajo independiente, Policía Nacional, médicos, etc., el 49% corresponde a otros tipos de ocupación.

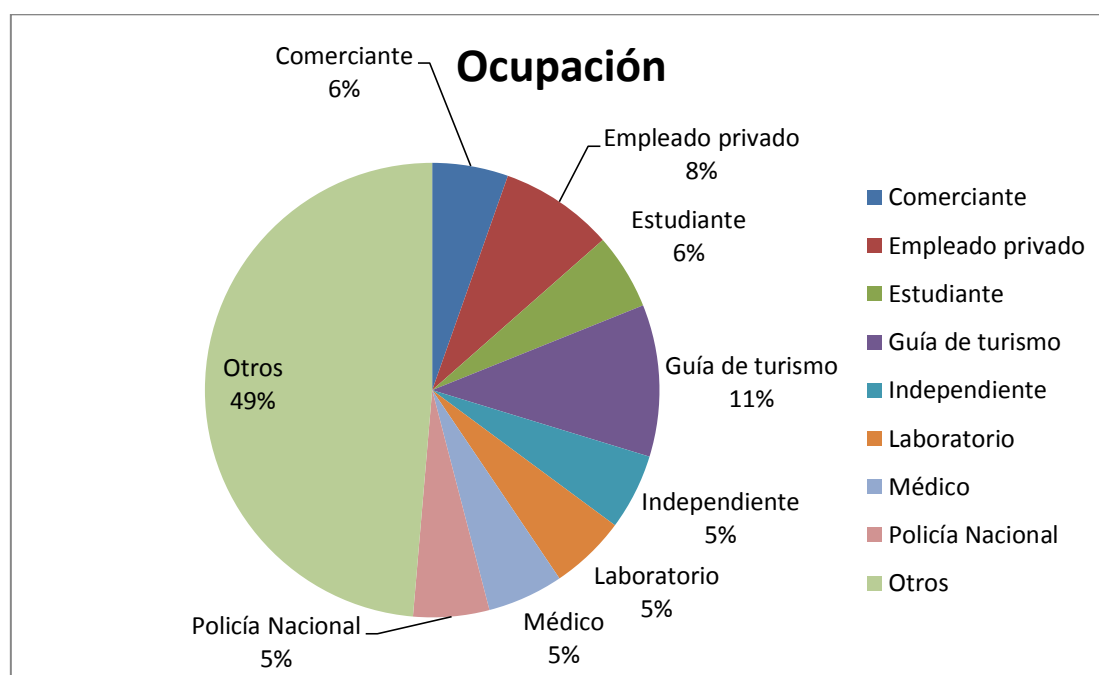


Figura 55. Ocupación

Fuente: Realizado por: Pául Gualpa

vi. Deporte que practica

Tabla 126. Deporte que practica

Deporte que practica				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Deporte que practica	Ciclismo	35	63,6%	94,6%
	Caminata	8	14,5%	21,6%
	Carrera	11	20,0%	29,7%
	Otro deporte	1	1,8%	2,7%
Total		55	100,0%	148,6%

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualpa

De acuerdo a la tabla 126. El 63,6% practica ciclismo, el 20% carrera a pie, el 8% caminata o trekking y el 1,8% otro deporte.

Deporte que practica

■ Duatlon ■ Ciclismo ■ Carrera

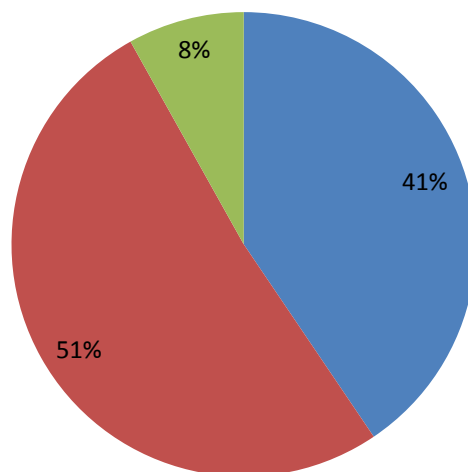


Figura 56. Deporte que practica

Fuente: Realizado por: Pául Gualpa

vii. Condición física

Tabla 127. Condición física

Condición física					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Excelente	8	21,6	21,6	21,6
	Muy Buena	19	51,4	51,4	73,0
	Buena	10	27,0	27,0	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

De acuerdo a la tabla 127. El 51,4% se encuentra en muy buena condición física, el 27% se encuentra en una buena condición física y el 21,6% se encuentra en una excelente condición física.

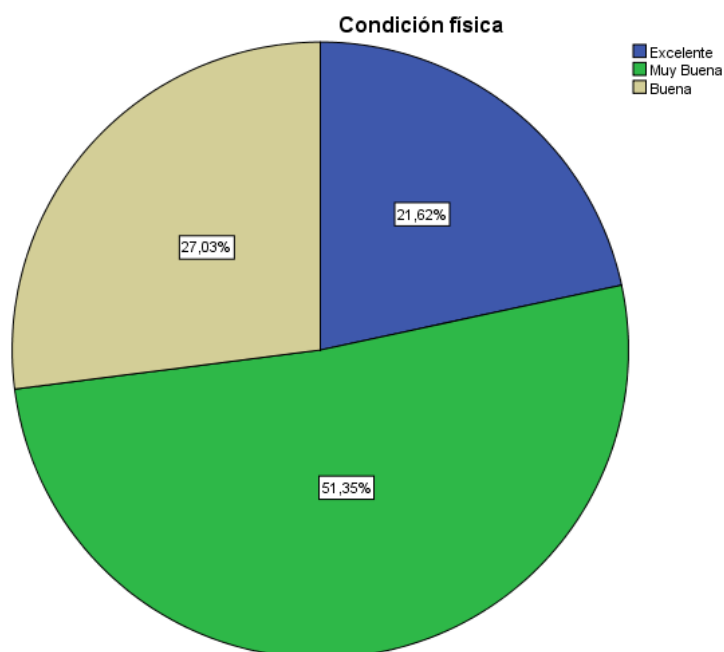


Figura 57. Condición física

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

viii. N° de eventos en los que ha participado

Tabla 128. Número de eventos en los que ha participado

N° de eventos en los que ha participado					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	11	29,7	36,7	36,7
	2	5	13,5	16,7	53,3
	3	7	18,9	23,3	76,7
	4	4	10,8	13,3	90,0
	5	1	2,7	3,3	93,3
	6	1	2,7	3,3	96,7
	15	1	2,7	3,3	100,0
	Total	30	81,1	100,0	
Perdidos	Sistema	7	18,9		
Total		37	100,0		

Fuente: Trabajo de campo, 2016
Realizado por: Pául Guallpa

De acuerdo a la tabla 128. El 36,7% a participado mínimo en 1 evento de competencia, el 23,3% a participado en mínimo 3 eventos de competencia, el 16,7% a participado en mínimo 2 eventos, el 13,3% ha participado en mínimo 4 eventos de competencia, mientras que un grupo más reducido del 3,3% a participado en mínimo 5, 6 y más eventos de competencia, en algunos casos han perdido la cuenta del número de eventos en los que han participado.

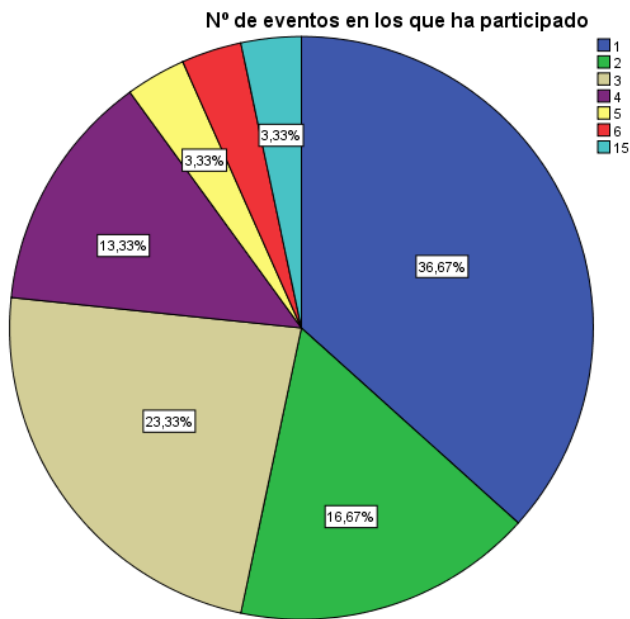


Figura 58. N° de eventos en los que a participado

Fuente: Realizado por: Pául Guallpa

ix. Estadía en los sitios de competencia

Tabla 129. Estadía en los sitio de competencia

Estadía en el sitio de competencia					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 día	21	56,8	56,8	56,8
	2 días	13	35,1	35,1	91,9
	3 días	2	5,4	5,4	97,3
	4 días	1	2,7	2,7	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

De acuerdo a la tabla 129. El 56,8% de los deportistas permanecen 1 día en los sitios de competencia, el 35,1% permanecen 2 días, el 5,4% permanecen 3 días y el 2,7% permanecen hasta 4 días.

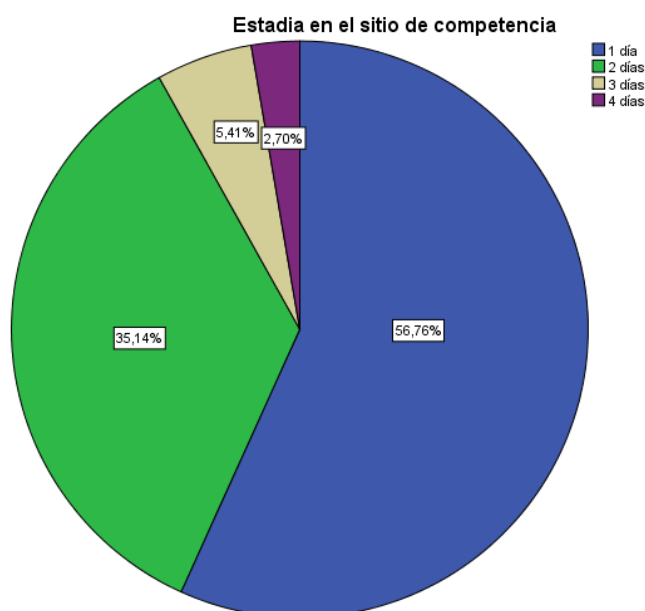


Figura 59. Estadía en el sitio de competencia

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

x. **Disciplina de ciclismo**

Tabla 130. Disciplina de ciclismo que practican

Disciplina de ciclismo que practica					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mountain bike	23	62,2	62,2	62,2
	Downhill	1	2,7	2,7	64,9
	Cross country	9	24,3	24,3	89,2
	Ciclismo de ruta	2	5,4	5,4	94,6
	Ninguno	1	2,7	2,7	97,3
	Otros	1	2,7	2,7	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualpa

De acuerdo a la tabla 130. El 62,2% de los deportistas practican Mountainbike, el 24,3% cross country, el 5,4% ciclismo de ruta, el 2,7% practica downhill, otras disciplinas y ninguna disciplina de ciclismo.



Figura 60. Disciplina de ciclismo que practica

Fuente: Realizado por: Pául Gualpa

xi. Modalidades en las que ha participado

Tabla 131. Modalidades en las que ha participado

\$Modalidad frecuencias				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Modalidad en la que ha participado	A participado en ciclismo	34	81,0%	91,9%
	A participado en carrera	7	16,7%	18,9%
	A participado en otra modalidad	1	2,4%	2,7%
Total		42	100,0%	113,5%

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualpa

De acuerdo a la tabla 131. El 81% a participado en eventos de ciclismo, el 16,7% en eventos de carrera a pié y el 2,4% a participado en otra modalidad de competencia.

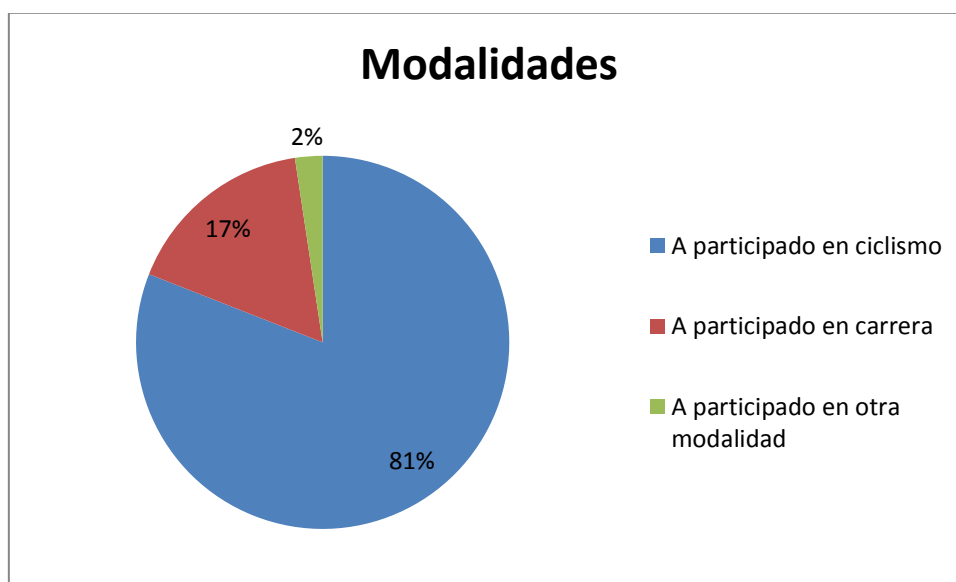


Figura 61. Modalidades en las que ha participado

Fuente: Realizado por: Pául Gualpa

xii. Competencia que desean se organice

Tabla 132. Competencia que desean

Competencia que desea se realice					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Duatlon	15	40,5	40,5	40,5
	Ciclismo	19	51,4	51,4	91,9
	Carrera	3	8,1	8,1	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualpa

De acuerdo a la tabla 132. el 51,4% desean se organicen competencias de ciclismo, el 40,5% desean se organicen competencias de duatlón y el 8,1% desean se organicen competencias de carrera.

Modalidades

■ Duatlon ■ Ciclismo ■ Carrera

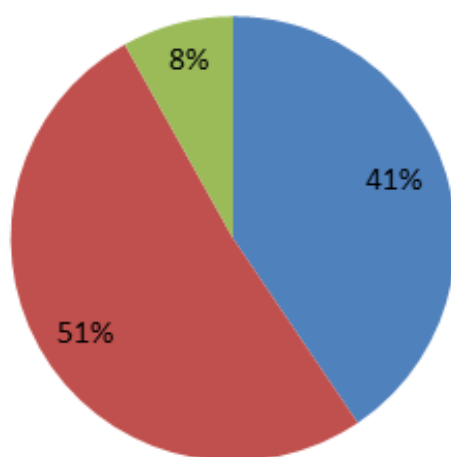


Figura 62. Modalidades deportivas

Fuente: Realizado por: Pául Gualpa

xiii. Número de kilómetros que le gustaría que tenga el recorrido

Tabla 133. Km que desea que tenga el recorrido

Km que le gusta que tenga el recorrido					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	10	1	2,7	2,8	2,8
	12	1	2,7	2,8	5,6
	15	1	2,7	2,8	8,3
	20	2	5,4	5,6	13,9
	30	2	5,4	5,6	19,4
	40	2	5,4	5,6	25,0
	42	1	2,7	2,8	27,8
	45	2	5,4	5,6	33,3
	50	10	27,0	27,8	61,1
	55	1	2,7	2,8	63,9
	70	1	2,7	2,8	66,7
	80	7	18,9	19,4	86,1
	90	1	2,7	2,8	88,9
	100	3	8,1	8,3	97,2
	160	1	2,7	2,8	100,0
	Total	36	97,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,7		
Total		37	100,0		

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualpa

De acuerdo a la tabla 133. El 27,8 % de deportistas deseen una competencia que tenga 50 km de recorrido, el 19,4 % una competencia con 80 km de recorrido, el 8,3 % una competencia con 100 km de recorrido, el 5,6 % recorridos de 20, 30, 40 y 45 km y el 2,8 % recorridos de 10, 12, 15, 90 y 160 km.



Figura 63. Km del recorrido

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

xiv. Distancia del recorrido de acuerdo a las edades de los deportistas

Tabla 134. Edad y distancia del recorrido

Edad*Distancia tabulación cruzada																	
		Km que le gusta que tenga el recorrido															Tota l
		10	12	15	20	30	40	42	45	50	55	70	80	90	100	160	
Edad	18-26	1	1	0	1	0	1	0	1	2	0	0	1	0	0	0	8
	27-35	0	0	1	1	0	0	1	0	2	1	0	2	0	3	1	12
	36-44	0	0	0	0	2	1	0	0	4	0	1	4	1	0	0	13
	45-53	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2
	54-62	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Total		1	1	1	2	2	2	1	2	10	1	1	7	1	3	1	36

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

De acuerdo a la tabla 134. Un 11 % de los deportistas que están en edades de 36 a 44 años, desean que el recorrido tenga entre 50 y 80 km, un 8% de los deportistas que están en edades de 27 a 35 años desean que el recorrido tenga 100 km y un 5% que se encuentra en el mismo rango de edad desea que tenga entre 50 y 80 km. Siendo este el número de kilómetros que se sugiere se realice para los participantes que tienen una edad que están entre los 27 a 44 años.

xv. Distancia del recorrido de acuerdo a la modalidad de competencia

Tabla 135. Distancia del recorrido de acuerdo a la modalidad de competencia

Competencia que desea se realice*Km que le gusta que tenga el recorrido tabulación cruzada																	
		Km que le gusta que tenga el recorrido															Total
		10	12	15	20	30	40	42	45	50	55	70	80	90	100	160	
Competencia que desea se realice	Duathlon	0	1	0	1	0	1	0	2	3	0	0	5	0	1	1	15
	Ciclismo	1	0	0	1	2	1	0	0	7	1	1	2	1	2	0	19
	Carrera	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Total		1	1	1	2	2	2	1	2	10	1	1	7	1	3	1	36

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualpa

De acuerdo a la tabla 135. El 19% desea que la competencia de ciclismo tenga 50 km de recorrido, el 14% desea que el duatlón tenga 80 km de recorrido, y el 2% desea que la competencia de carrera tenga 15 a 42 km de recorrido.

xvi. Distancia de los puntos de control

Tabla 136. Distancia de los puntos de control

Distancia de Punto de control					
km		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2	2	5,4	5,6	5,6
	4	1	2,7	2,8	8,3
	5	4	10,8	11,1	19,4
	10	14	37,8	38,9	58,3
	12	1	2,7	2,8	61,1
	20	9	24,3	25,0	86,1
	25	4	10,8	11,1	97,2
	40	1	2,7	2,8	100,0
	Total	36	97,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,7		
Total		37	100,0		

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualpa

De acuerdo a la tabla 136. El 38,9% está de acuerdo que los puntos de control se deberían colocar cada 10 km, el 25% opina que se deberían colocar cada 20 km, el 11,1 % cada 25 km y 5 km, el 5,6% cada 2 km y el 2,8% cada 4 km.

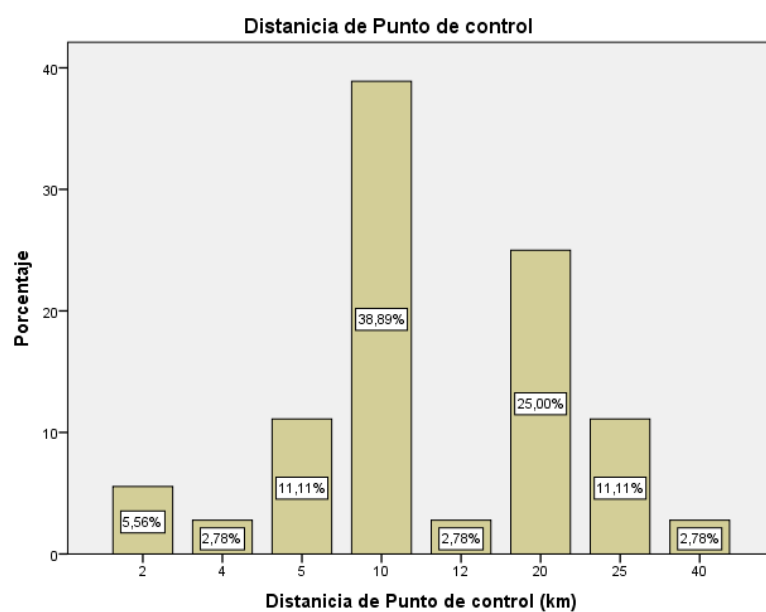


Figura 64. Distancia de puntos de control

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

xvii. Distancia de los puntos de hidratación

Tabla 137. Distancia a la que se deben poner los puntos de hidratación

Distancia de Punto de hidratación					
Km		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	1	2,7	2,9	2,9
	2	2	5,4	5,7	8,6
	3	2	5,4	5,7	14,3
	4	1	2,7	2,9	17,1
	5	3	8,1	8,6	25,7
	6	1	2,7	2,9	28,6
	10	9	24,3	25,7	54,3
	12	1	2,7	2,9	57,1
	15	3	8,1	8,6	65,7
	20	6	16,2	17,1	82,9
	25	3	8,1	8,6	91,4
	30	1	2,7	2,9	94,3

	35	1	2,7	2,9	97,1
	60	1	2,7	2,9	100,0
	Total	35	94,6	100,0	
Perdidos	Sistema	2	5,4		
Total		37	100,0		

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualpa

De acuerdo a la tabla 137. El 25,7% de deportistas coincide que los puntos de hidratación se deberían colocar cada 10 km, el 17,1% cree que se deben colocar cada 20 km, los porcentajes similares de 8,6 % creen que se debe colocar cada 5 km, cada 15 km o cada 25 km.

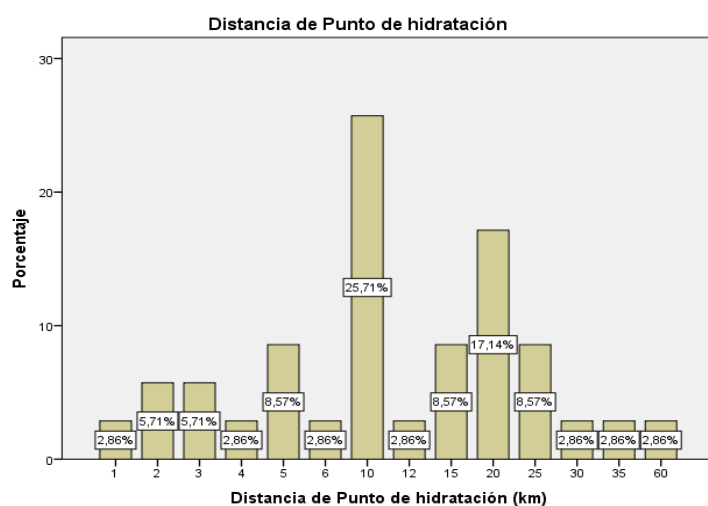


Figura 65. Distancia de los puntos de hidratación

Fuente: Realizado por: Pául Gualpa

xviii. Costo de la inscripción

Tabla 138. Valor de la inscripción a un evento de competencia

Costo de inscripción					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de \$30	10	27,0	27,8	27,8
	\$31-40	12	32,4	33,3	61,1
	\$41-50	6	16,2	16,7	77,8
	\$51-60	6	16,2	16,7	94,4
	Más de \$70	2	5,4	5,6	100,0
	Total	36	97,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,7		
Total		37	100,0		

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Gualpa

De acuerdo a la tabla 138. El 32,3% prefiere pagar un valor que se encuentre entre los \$31 a \$40, el 27,8% prefiere pagar un valor que sea menor a los \$30, el 16,7% prefiere pagar valores que se encuentren entre los \$41 a \$60 y el 5,6% pagaría un valor mayor a los \$70.

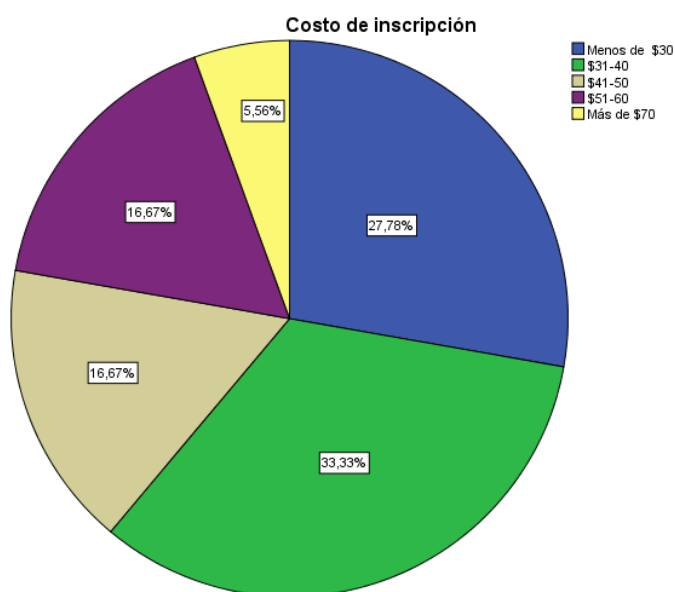


Figura 66. Costo de inscripción

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

xix. Medio por el cual recibe información de eventos de competencia

Tabla 139. Medio por el cual se informa

Medio por el que recibe información					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Redes sociales	37	100,0	100,0	100,0

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

De acuerdo a la tabla 139. El 100% de los deportistas se informan de eventos de competencia mediante redes sociales.

xx. Época del año

Tabla 140. Época del año que desean se realice el evento

Época que desea se realice el evento					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Enero-Marzo	6	16,2	16,2	16,2
	Abril-Junio	8	21,6	21,6	37,8
	Julio-Septiembre	15	40,5	40,5	78,4
	Octubre-Diciembre	8	21,6	21,6	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

De acuerdo a la tabla 140. El 40,5% desean que el evento de competencia se realice en los meses de julio a septiembre, el 21,6% en los meses de abril a junio o en los meses de octubre a diciembre y el 16,2% en los meses que van de enero a marzo.

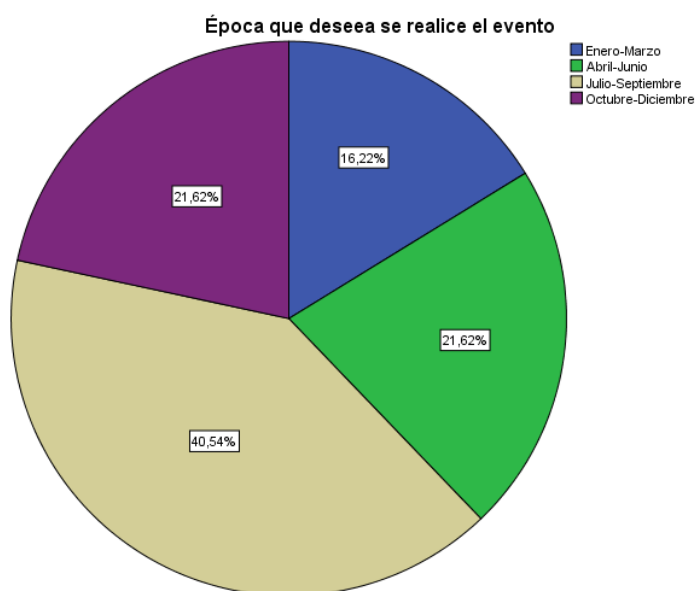


Figura 67. Época que desea se realice el evento

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

xxi. Nivel de aceptación de la competencia

Tabla 141. Nivel de aceptación de la competencia

Aceptación de una competencia en el Nevado Altar					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	37	100,0	100,0	100,0

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Guallpa

De acuerdo a la tabla 141. El 100% de los competidores están de acuerdo de que se realice un evento de competencia en el nevado el Altar.



Figura 68. Aceptación de una competencia en el nevado Altar

Fuente: Realizado por: Pául Guallpa

xxii. Duración del evento

Tabla 142. Duración del evento

Nº de días que desean dure el evento					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 día	12	32,4	32,4	32,4
	2 días	21	56,8	56,8	89,2
	3 días	2	5,4	5,4	94,6
	más de 4 días	2	5,4	5,4	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Pául Guallpa

De acuerdo a la tabla 142. El 56,8% desea que el evento tenga una duración de 2 días, el 32,4% manifiestan que debe durar 1 día, el 5,4% manifiestan que debería durar 3 días o más de 4 días.

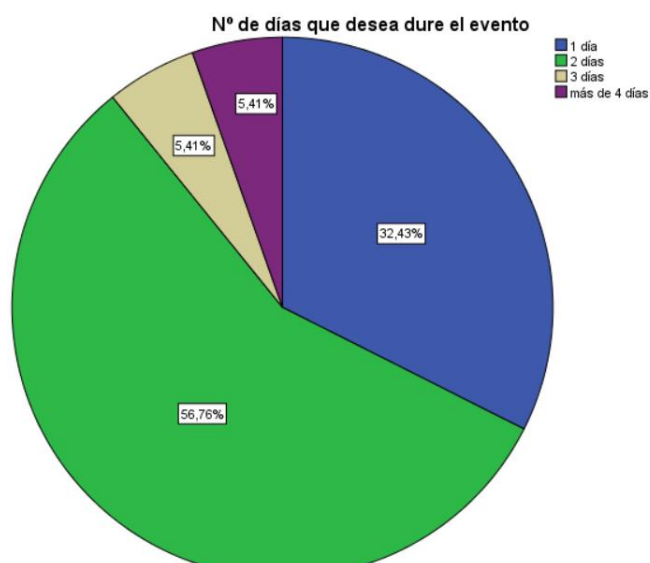


Figura 69. Nº de días que desea que dure el evento

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

l) Perfil de la demanda de eventos de competencia

De acuerdo a los datos obtenidos el 91,9% de los deportistas son del género masculino

La edad média de los deportistas es de 34 años.

El 27% de los deportistas son de la ciudad de Cuenca, el 24,3% son de la ciudad de Riobamba y el 21,6% son de la ciudad de Quito.

El 65,6% de los deportistas tiene un nivel de instrucción superior, el 6% de postgrado y el 5% de secundaria.

Referente a la ocupación de los deportistas, el 11% son guías de turismo, el 8% son empleados privados, el 6 % son comerciantes o estudiantes, el 5% se repite en ocupaciones destacadas como Laboratorio, trabajo independiente, Policía Nacional, médicos, etc.

El 63,6% practica ciclismo, el 20% carrera a pie, el 8% caminata o trekking y el 1,8% otro deporte.

El 51,4% se encuentra en muy buena condición física, el 27% se encuentra en una buena condición física y el 21,6% se encuentra en una excelente condición física.

El 36,7% a participado mínimo en 1 evento de competencia, el 23,3% a participado en mínimo 3 eventos de competencia, el 16,7% a participado en mínimo 2 eventos, el 13,3% ha participado en mínimo 4 eventos de competencia.

El 56,8% de los deportistas permanecen 1 día en los sitios de competencia y el 35,1% permanecen 2 días

El 62,2% de los deportistas practican Mountainbike.

El 81% a participado en eventos de ciclismo y el 16,7% en eventos de carrera a pié.

El 51,4% desean se organicen competencias de ciclismo, el 40,5% desean se organicen competencias de duatlón y el 8,1% desean se organicen competencias de carrera.

El 27,8 % de deportistas desean una competencia que tenga 50 km de recorrido, el 19,4 % una competencia con 80 km de recorrido.

Un 11 % de los deportistas que están en edades de 36 a 44 años, desean que el recorrido tenga entre 50 y 80 km, un 8% de los deportistas que están en edades de 27 a 35 años desean que el recorrido tenga 100 km y un 5% que se encuentra en el mismo rango de edad desea que tenga entre 50 y 80 km.

El 19% desea que la competencia de ciclismo tenga 50 km de recorrido, el 14% desea que el duatlón tenga 80 km de recorrido.

El 38,9% está de acuerdo que los puntos de control se deberían colocar cada 10 km y el 25% opina que se deberían colocar cada 20 km.

El 25,7% de deportistas coincide que los puntos de hidratación se deberían colocar cada 10 km, el 17,1% cree que se deben colocar cada 20 km.

El 32,3% prefiere pagar un valor que se encuentre entre los \$31 a \$40.

El 100% de los deportistas se informan de eventos de competencia mediante redes sociales.

El 40,5% desean que el evento de competencia se realice en los meses de julio a septiembre.

El 100% de los competidores están de acuerdo de que se realice un evento de competencia en el nevado el Altar.

El 56,8% desea que el evento tenga una duración de 2 días.

m) Análisis de la demanda de artesanías

i. Matriz para la investigación de mercados.

Para la recopilación de información de los consumidores se basó en la matriz para la investigación de mercados la cual brindo pautas para la elaboración del cuestionario de levantamiento de información:

Tabla 143. Matriz para la investigación de mercados.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE DE ESTUDIO	FUENTES DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS PARA RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN
Definir y cuantificar el universo de estudio, tamaño y distribución de la muestra	Comerciantes de artesanías de la ciudad de Riobamba	Trabajo de Campo	Cuestionario Encuesta
Analizar las variables socio demográficas	Edad, Genero, Procedencia, Nivel de Instrucción	Primarias Trabajo de campo	Cuestionario Encuesta
Análisis de variables psicográficas	Actividad Artesanías que compra Donde compran Cantidad de compra Motivación de compra Quienes participan de la compra Como compran Cuando Compran Precio de venta	Primarias Trabajo de campo	Cuestionario Encuesta

Fuente: Ricaurte, 2012. Texto básico de Marketing Turístico

Realizado por: Pául Gualpa

n) Caracterización de la demanda de artesanías

Tabla 144. Demanda intermediaria de artesanías

Nº	ACTIVIDAD	PRODUCTOS	CANTIDAD QUE COMPRA	LUGAR DE COMPRA	MOTIVO POR EL QUE COMPRA EN EL SITIO	LUGAR DE COMERCIALIZACIÓN	PRECIO DE VENTA
1	Comerciante y Productor	Chimbas Jáquimas Piolas de tumbado	200 5 docenas 1000 piolas	San Gerardo	Cercanía	Plaza Dávalos	\$0,25 ctvs C/U \$1,00 C/U \$10,00 Paquete
2	Comerciante	Esteras	50 semanal	San Gerardo	Precio módico	Plaza Dávalos	\$35 por docena y \$4,00 C/U
3	Comerciante	Esteras Cabuya Carrizo	3 docenas 5 bultos 20 cargas	San Gerardo	Cercanía	Plaza Dávalos	\$4,00 -10,00 C/U \$3,00 el atado \$45,00 el bulto
4	Comerciante	Esteras pequeñas	1 docena	San Gerardo	Precio módico	Plaza Dávalos	\$1,50 C/U
5	Comerciante	Esteras	1 docena	San Gerardo	Calidad del material	Plaza Dávalos	\$4,00 C/U \$45,00 Docena
6	Comerciante y Productor	Esteras Aventadores Sogas chimbas Sogas de cabuya	12 semanal 24 semanal 50 semanal 100 semanal	San Gerardo	Precio módico y cercanía	Plaza Dávalos	\$3,00 C/U y \$35,00 docena \$3,50 C/U \$0,25 ctvs C/U \$0,18 ctvs C/U
7	Comerciante	Canastos	12 cada 15 días	Cuenca	Calidad del producto	Plaza Dávalos	\$1,50 – 2,00 C/U

		Aventadores Sogas chimbas					\$1,00 C/U \$0,20 ctvs C/U
8		Esteras Aventadores Sogas chimbas canastos	½ docena	Latacunga	Calidad del producto Y el precio módico	Plaza Dávalos	\$4,00 C/U \$0,50 - \$0,75 ctvs C/U \$1,00 C/U \$3,00 - \$1,50 C/U

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa, 2016

De acuerdo a la tabla 144. La demanda de artesanías de las parroquias San Gerardo y Guanando se encuentran ubicados en la Plaza Dávalos, principal mercado de venta de estos productos, existen un total de 5 locales que utilizan la infraestructura del mercado y 3 que son independientes pero que se encuentran frente al mismo.

Los productos que compran son las esteras en un promedio de 1 docena semanal, Sogas chimbas en un promedio de 50 semanal, 1 docena de aventadores semanal y canastos 1 docena cada 15 días.

El motivo por el cuál compran estos productos en la parroquia San Gerardo es porque utilizan materiales de buena calidad, precio módico y por su cercanía a la ciudad de Riobamba que les permite abaratar los costos de adquisición del producto.

Los precios de venta de los productos en el mercado son variados dependiendo del tamaño del producto, las esteras se venden desde \$1,50 a \$4,00 la unidad, la chimbas a \$0,25 ctvs. por unidad, los aventadores desde \$0,50 a \$1,00 y los canastos desde \$1,50 hasta \$3,00.

4) Proyecciones de la demanda

Para el análisis se tomó en consideración los diferentes tipos de segmentos propuestos en el estudio de mercado:

Demanda regional: Población que se encuentra en condiciones económicas media, media alta y alta de la zona urbana de la zona 3 que corresponde a 142622 personas de acuerdo al INEC, 2012.

Demanda de productos frutales: Familias de la ciudad de Riobamba que se encuentran en un nivel de ingresos medio, medio alto y alto, que corresponde a 13661 familias de acuerdo al INEC, 2012.

Demanda de eventos de competencia: La demanda del producto de eventos de competencia son los 63414 habitantes de la ciudad de Riobamba que se encuentran en edades de 15 a 39 años; es necesario mencionar que el porcentaje de demanda potencial fue definido utilizando la información proporcionada por los deportistas que participan en la competencia de ciclismo Chimborazo Extremo y en otros eventos de competencia a nivel nacional.

A continuación la distribución de edades de los habitantes de la ciudad de Riobamba.

Tabla 145. Grupos de edad de 15 a 39 años

Grupo de edad	Género		Total
	Hombre	Mujer	
De 15 a 19 años	7824	7417	15241
De 20 a 24 años	7274	7576	14850
De 25 a 29 años	6035	6985	13020
De 30 a 34 años	4851	5771	10622
De 35 a 39 años	4305	5376	9681
Total			63414

Fuente: INEC, 2016.

Realizado por: Pául Gualpa

Demanda intermediaria de artesanías: Para la demanda de Artesanías se utilizó la información de los clientes anuales (23608 personas) que tienen los comerciantes intermediarios de artesanías que se encuentra ubicados en la Plaza Dávalos, mismo que corresponde a 8 vendedores intermediarios, de acuerdo a la Dirección de Servicios Municipales de la Ciudad de Riobamba, 2016.

Se realizó la proyección de la demanda utilizando la fórmula del interés simple:

$$Co = Cn * i * t$$

Co= Años a proyectar

Cn= Demanda actual de turistas

i= Incremento poblacional

n= El año a proyectarse (1-5 años)

Para las proyecciones de los segmentos se utilizó el índice de crecimiento poblacional en el Ecuador que es de 1,6% de acuerdo a datos del INEC 2014.

a) Proyecciones de la demanda regional de turismo

1) Demanda Potencial

De los 142622 turistas zonales el 85,38% de encuestados manifiestan que comprarían productos turísticos en la provincia de Chimborazo, es decir 121771 personas serían nuestros clientes potenciales.

$$142622 * 85,38\% = 121771$$

Tabla 146. Proyección de la demanda potencial - demanda regional

AÑO	DEMANDA	DEMANDA POTENCIAL
2016(0)	142622	121771
2017(1)	144904	123719
2018(2)	147186	125668
2019(3)	149468	127616
2020(4)	151750	129564
2021(5)	154032	131513

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Pául Gualpa

De acuerdo a las proyecciones realizadas se determinó que para el año 2016 se contará con una demanda potencial turística de 121771 personas, mientras que para el año 2021 se estima que serán 131513 personas.

2) Demanda objetivo

Para el cálculo de la demanda objetivo se tomó como cuota de mercado el 1% de la demanda potencial.

$$121771 * 1\% = 1218 \text{ personas}$$

Tabla 147. Calculo de la demanda objetivo

AÑO	DEMANDA	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA OBJETIVO
2016(0)	142622	121771	1218
2017(1)	144904	123719	1237
2018(2)	147186	125668	1257
2019(3)	149468	127616	1276
2020(4)	151750	129564	1296
2021(5)	154032	131513	1315

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Pául Gualipa

b) Proyecciones para la demanda de frutales

1) Demanda potencial de frutas

De los 13661 familias el 49,9% de encuestados consumen frutas (Manzanas, peras, durazno y frutilla) que se producen en las parroquias de la Mancomunidad, es decir 6817 familias serían nuestros clientes potenciales.

$$13661 * 49,9\% = 6817$$

Tabla 148. Proyección de la demanda potencial - demanda de frutas

AÑO	DEMANDA	DEMANDA POTENCIAL (Familias)
2016(0)	13661	6817
2017(1)	13880	6926
2018(2)	14098	7035
2019(3)	14317	7144
2020(4)	14535	7253
2021(5)	14754	7362

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Pául Gualipa

De acuerdo a las proyecciones realizadas se determinó que para el año 2016 se contará con una demanda de 6817 familias, potenciales clientes de productos frutales, mientras que para el año 2021 se estima que serán 7362 familias.

2) Demanda Objetivo de frutales

Para el cálculo de la demanda objetivo se tomó el 2% de la demanda potencial, que corresponde a 136 familias.

$$6817 * 2\% = 136,34 = 136 \text{ familias}$$

De acuerdo a las encuestas aplicadas en la ciudad de Riobamba el número de individuos promedio por familia es de 4 personas, con este dato se procedió a calcular la demanda potencial de personas.

$$136 * 4 = 545,36 = 545 \text{ personas}$$

Tabla 149. Calculo de la demanda objetivo

AÑO	DEMANDA	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA OBJETIVO (Familias)	DEMANDA OBJETIVO (Personas)
2016(0)	13661	6817	136	545
2017(1)	13880	6926	139	554
2018(2)	14098	7035	141	572
2019(3)	14317	7144	143	598
2020(4)	14535	7253	145	633
2021(5)	14754	7362	147	676

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Pául Gualpa

c) Proyecciones para la demanda de eventos de competencia

1) Demanda Potencial de eventos de competencia

Del segmento de jóvenes, 63414 personas, que se encuentran en edades que van desde los 15 años hasta los 39 años, el 40,5 % de han dado una respuesta favorable al producto de competencia en la modalidad Duatlon a realizarse en el nevado El Altar, es decir 25683 personas serían nuestros clientes potenciales.

$$63414 * 40,5\% = 25683 \text{ Personas}$$

Tabla 150. Demanda Potencial de eventos de competencia

AÑO	DEMANDA	DEMANDA POTENCIAL
2016(0)	63414	25683
2017(1)	64429	26094
2018(2)	65443	26915
2019(3)	66458	28148
2020(4)	67472	29792
2021(5)	68487	31847

De acuerdo a las proyecciones realizadas se determinó que para el año 2016 se contará con una demanda potencial de 25683 personas, mientras que para el año 2021 se estima que serán 31847 personas.

2) Calculo de la demanda Objetivo de eventos de competencia

La demanda objetivo se calculó tomando el 1% de la demanda potencial:

$$25683 * 1\% = 257 \text{ personas.}$$

Tabla 151. Proyección de la demanda objetivo para eventos de competencia

AÑO	DEMANDA	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA OBJETIVO (1%)
2016(0)	63414	25683	257
2017(1)	64429	26094	261
2018(2)	65443	26915	269
2019(3)	66458	28148	281
2020(4)	67472	29792	298
2021(5)	68487	31847	318

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Pául Gualpa

d) Proyecciones para la demanda de artesanías

1) Demanda Potencial de artesanías

Los clientes anuales captados por la demanda intermediaria de artesanías son 23608 personas. La demanda potencial se proyectó tomando en consideración los 10088 clientes anuales que compran productos elaborados en las parroquias de la mancomunidad.

Tabla 152. Proyección de la demanda potencial - demanda de artesanías

AÑO	DEMANDA	DEMANDA POTENCIAL
2016(0)	23608	10088
2017(1)	23986	10249
2018(2)	24741	10572
2019(3)	25874	11056
2020(4)	27385	11702
2021(5)	29274	12509

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Pául Gualpa

De acuerdo a las proyecciones realizadas se determinó que para el año 2016 se contará con una demanda de 10088 clientes potenciales de artesanías, mientras que para el año 2021 se estima que serán 12509 clientes.

2) Demanda Objetivo de Artesanías

Para realizar el cálculo de la demanda objetivo se tomó el 2% de la demanda potencial que corresponde a 202 personas.

$$10088 * 2\% = 202 \text{ personas.}$$

Tabla 153. Demanda Objetivo de artesanías

AÑO	DEMANDA	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA OBJETIVO
2016(0)	23608	10088	202
2017(1)	23986	10249	205
2018(2)	24741	10572	211
2019(3)	25874	11056	221
2020(4)	27385	11702	234
2021(5)	29274	12509	250

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Pául Gualpa

De acuerdo a las proyecciones realizadas se determinó que para el año 2016 se contará con una demanda de 202 turistas, mientras que para el año 2021 se contará con la llegada de 250 turistas.

C. VIABILIDAD TÉCNICA PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”.

1. Sitios de visita

En la siguiente matriz se ha priorizado los atractivos turísticos como sitios de visita, mismos que cumplen con las características principales que buscan la demanda objetivo de acuerdo al estudio de mercado.

Tabla 154. Sitios Naturales y atractivos culturales promisorios para la visita

Nº	NOMBRE	CATEGORÍA	TIPO	SUB-TIPO	JRQ	PARROQUIA	OBSERVACIONES
1	Nevado el Altar	Sitios Naturales	Montaña	Altas montañas	IV	La Candelaria Comunidad Releche	Atractivo con intervención mínima se lo considera como un sitio primordial de visita principalmente por la calidad paisajística que posee la variedad de flora y fauna, y por la facilidad de acceso que posee.
2	Laguna Amarilla	Sitios Naturales	Ambientes lacustres	Laguna	III	La Candelaria Comunidad Releche	Atractivo de gran belleza paisajística, conjugada con las características del páramo andino, para llegar a este atractivo se debe caminar por un sendero lo que permite admirar los distintos elementos que complementan la visita como son el Valle de los Collanes, el río Collanes, el bosque de Quishuar, una gran variedad de flora y avifauna y en si disfrutar de este escenario natural.
3	Valle de los	Sitios Naturales	Planicies	Valles	II	La Candelaria	Es una planicie dividida por el río Collanes donde se puede

	Collanes					Comunidad Releche	encontrar ganado vacuno pastoreando, un bosque de Polylepis zonas de campamento y una impresionante vista a los picos del nevado Altar.
4	Lagunas de Tazarón	Sitios Naturales	Ambientes lacustres	Laguna	III	La Candelaria casco parroquial	Atractivo de gran belleza paisajística, propia del páramo andino, para llegar a este atractivo se debe caminar por un sendero en óptimas condiciones que permite en el trayecto conocer el sistema lacustre del lado norte del nevado Altar.
5	Mirador de los arrayanes	Sitios Naturales	Montañas	Colinas	II	Guanando comunidad de Cahuañi bajo	Es un mirador natural al que se puede llegar en vehículo, desde este sitio se aprecia el nevado Tungurahua que se encuentra en constante actividad eruptiva.
6	Playas del río Chambo	Sitios Naturales	Ríos	Riveras	II	Guanando Casco parroquial	Este atractivo forma parte importante para el desarrollo de la parroquia Guanando, donde se pretende cambiar la actividad extractivista por el turismo y la práctica de deportes; es un sitio de fácil acceso.
7	Peñas de Guanando	Sitios Naturales	Montañas	Colinas	II	Guanando Cabecera parroquial	Son pequeñas colinas donde se puede apreciar parte de la flora nativa y un gran número de especies de aves.
8	Laguna de Mandur	Sitios Naturales	Ambientes lacustres	Laguna	III	Quimiag PNS	Es un atractivo bien conservado que se encuentra cerca de la cumbre del nevado el Altar por el lado sur, para poder acceder se lo hace utilizando senderos existentes, es un atractivo de importancia porque en el trayecto de su visita se pueden apreciar los bosques de Pasguazo y un conjunto de lagunas ubicadas en el Parque Nacional Sangay.
9	Mirador de los Volcanes	Sitios naturales	Montaña	Mirador	II	Quimiag	Es un atractivo de fácil acceso, con una vista panorámica impresionante donde se puede apreciar algunas de las montañas

							más grandes del país como el Nevado Chimborazo, Nevado Tungurahua, nevado Carihuarazo, etc.
10	Sendero de los huertos frutales	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas, científicas	Explotaciones agropecuarias	II	Bayushig	Permite conocer técnicas agrícolas de cultivo de frutales, también el proceso de elaboración del licor de manzana y de claudia propias de la parroquia.
11	Rito propiciatorio del Animero	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Fiestas	N/A	San Antonio de Bayushig	Es un rito practicado en todas las parroquias que conforman la mancomunidad, forma parte del legado cultura de gran relevancia.
12	Tortillas de maíz asadas en piedra	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Gastronomía	N/A	San Antonio de Bayushig	Forma parte de la gastronomía tradicional que caracteriza a la parroquia Bayushig.
13	Bandas de Pueblo de Cubijés	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Música y danza	N/A	Cibujés	Este atractivo se convierte en tangible cuando sale a flote los conocimientos de música, de interpretación de los diferentes instrumentos musicales que forman una banda de pueblo, interpretaciones que amenizan las fiestas en todas las parroquias de la mancomunidad.
14	Elaboración de Juegos pirotécnicos	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Manifestaciones Religiosas, Tradiciones y Creencias populares	N/A	Cibujés	El trabajo realizado con empeño por las familias que elaboran los castillos, los cohetes, las vacas locas, etc., mismos que son quemados dándole un toque de magia nocturna a las celebraciones y festividades.
15	Mitos y leyendas contemporáneas	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	N/A	Quimiag	Son una especie de cuentos que han ido pasando de generación en generación y que permiten hacer de las reuniones más entretenidas, también poseen un toque de misticismo contado siempre por un tercero; muy pocos poseen esta habilidad.
16	Artesanías (Ponchos, chalinas, y cobijas)	Manifestaciones Culturales	Etnografías	Artesanías	II	Guanando	Se elaboran en las viviendas de ciertas familias que buscan el sustento diario mediante la elaboración de ponchos, cobijas y chalinas, productos que llaman la atención por la forma artesanal

							que se emplea.
17	Elaboración de esteras y Canastos	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Artesanía	II	San Gerardo	Tiene mucha importancia debido a que es el sustento diario de las familias que las elaboran y sobre todo porque constituye un largo proceso hasta obtener el producto final.
18	Chozas	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Arquitectura vernácula	II	San Gerardo	Tienen una forma constructiva muy llamativa, están elaboradas con materiales de la zona y además de sitios de vivienda, cumplen ciertas funciones o roles cultural para sus habitantes.

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

2. Objetivo y concepto de los productos

a. Objetivo

Los productos turísticos tienen por objetivo incentivar la visita y uso responsable de los recursos naturales y culturales de las parroquias que conforman la Mancomunidad, convirtiéndose de esta forma en un eje dinamizador de la economía local.

d. Concepto

La Mancomunidad al estar ubicada en la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Sangay, conocido a nivel internacional, ofrece una variedad de escenarios naturales y culturales y altos índices de biodiversidad lo que la convierte en un lugar de aprovechamiento turístico para la población local.

La presencia de montañas, bosques, lagunas, cascadas, ríos, riachuelos, páramos entre otros y un sinnúmero de manifestaciones culturales, permiten dinamizar al ecoturismo como una estrategia de conservación de los recursos y una alternativa de desarrollo, por lo cual se consideran dichos recursos como elementos principales para articular a la oferta actual y potenciar turísticamente a la Mancomunidad.

e. Potencialidad turística

Por su jerarquía y estado de conservación se han considerado como componentes del producto turístico a los siguientes atractivos: Nevado el Altar, Laguna Amarilla, El Valle de los Collanes, Lagunas de Tazarón, el Mirador de los Arrayanes, las playas del río Chambo, las peñas de Guanando, la laguna de Mandur y el sendero de huertos frutales ; atractivos que pertenecen a la jerarquía IV, III y II, por tener rasgos llamativos, capaces de interesar a los visitantes, y tienen un gran potencial para el desarrollo de actividades relacionadas con el ecoturismo; los mismos que se encuentran rodeados por atractivos con características atrayentes para el turista; complementados con los elementos culturales tangibles e intangibles permiten el máximo aprovechamiento del potencial turístico de la mancomunidad, la satisfacción de la visita y réditos económicos para la población local.

3. Actividades principales para los sitios de visita

Tabla 155. Sitios de visita y actividades principales para el producto turístico

SITIO	UBICACIÓN	PLANTA TURÍSTICA	INFRAESTRUCTURA BÁSICA	ACTIVIDADES PRINCIPALES
Nevado el Altar	La Candelaria Comunidad Releche	Servicio de hospedaje y alimentación en la comunidad de Releche en la hacienda Releche y el el casco parroquial de La Candelaria, en el Albergue la Candelaria	El casco parroquial de la Candelaria cuenta con: <ul style="list-style-type: none"> • Agua entubada • Energía eléctrica • Telefonía fija y móvil • Viviendas de construcción mixta(ladrillo y eternit) • Alcantarillado • Transporte público 	<ul style="list-style-type: none"> • Senderismo • Cabalgatas • Competencias deportivas • Treacking • Toma de fotografías • Interpretación del atractivo • Observación de aves • Identificación y descripción de especies de flora y fauna • Campamentos • Ascensión hacia la cumbre
Laguna Amarilla	La Candelaria Comunidad Releche	Servicio de hospedaje y alimentación en la comunidad de Releche en la hacienda Releche y el casco parroquial de La Candelaria, en el Albergue la Candelaria	El casco parroquial de la Candelaria cuenta con: <ul style="list-style-type: none"> • Agua entubada • Energía eléctrica • Telefonía fija y móvil • Viviendas de construcción mixta(ladrillo y eternit) • Alcantarillado Transporte público	<ul style="list-style-type: none"> • Senderismo • Toma de fotografías • Treacking • Interpretación del atractivo • Campamentos • Identificación y descripción de especies de flora

Valle de los Collanes	La Candelaria Comunidad Releche	Servicio de hospedaje y alimentación en la comunidad de Releche en la hacienda Releche y el casco parroquial de La Candelaria, en el Albergue la Candelaria	El casco parroquial de la Candelaria cuenta con: <ul style="list-style-type: none"> • Agua entubada • Energía eléctrica • Telefonía fija y móvil • Viviendas de construcción mixta(ladrillo y eternit) • Alcantarillado Transporte público	<ul style="list-style-type: none"> • Senderismo • Cabalgatas • Toma de fotografías • Interpretación del atractivo • Observación de aves • Identificación y descripción de especies de flora y fauna • Campamentos
Lagunas de Tazarón	La Candelaria casco parroquial	Servicio de hospedaje y alimentación en el casco parroquial de La Candelaria, en el Albergue la Candelaria	El casco parroquial de la Candelaria cuenta con: <ul style="list-style-type: none"> • Agua entubada • Energía eléctrica • Telefonía fija y móvil • Viviendas de construcción mixta(ladrillo y eternit) • Alcantarillado Transporte público	<ul style="list-style-type: none"> • Senderismo • Cabalgata • Toma de fotografías • Trekking • Interpretación del atractivo • Campamentos • Identificación y descripción de especies de flora
Mirador de los arrayanes	Guanando comunidad de Cahuaji bajo	Se puede utilizar la planta turística de la ciudad de Riobamba. Las casas de los mismos pobladores que en ocasiones festivas brindan alojamiento a turistas y visitantes	El casco parroquial de la Guanando cuenta con: <ul style="list-style-type: none"> • Agua entubada • Energía eléctrica • Telefonía fija y móvil • Viviendas de construcción mixta(ladrillo y eternit) • Alcantarillado 	<ul style="list-style-type: none"> • Ciclismo • Toma de fotografías • Interpretación del atractivo • Treacking • Ciclismo • Campamentos • Identificación y descripción de especies de flora

			Transporte público	
Playas del río Chambo	Guanando Casco parroquial	Se puede utilizar la planta turística de la ciudad de Riobamba. Las casas de los mismos pobladores que en ocasiones festivas brindan alojamiento a turistas y visitantes	El casco parroquial de la Guanando cuenta con: <ul style="list-style-type: none"> • Agua entubada • Energía eléctrica • Telefonía fija y móvil • Viviendas de construcción mixta(ladrillo y eternit) • Alcantarillado Transporte público	<ul style="list-style-type: none"> • Senderismo • Toma de fotografías • Interpretación del atractivo • Rafting • Tubing • Ciclismo
Peñas de Guanando	Guanando Cabecera parroquial	Se puede utilizar la planta turística de la ciudad de Riobamba. Las casas de los mismos pobladores que en ocasiones festivas brindan alojamiento a turistas y visitantes	El casco parroquial de la Guanando cuenta con: <ul style="list-style-type: none"> • Agua entubada • Energía eléctrica • Telefonía fija y móvil • Viviendas de construcción mixta(ladrillo y eternit) • Alcantarillado Transporte público	<ul style="list-style-type: none"> • Ciclismo • Downhill • Senderismo • Toma de fotografías • Interpretación del atractivo
Laguna de Mandur	Quimiag PNS	Se puede utilizar la planta turística de la ciudad de Riobamba. Existen pequeños puestos de alimentación temporales en el casco parroquial de Quimiag. Las casas de los mismos pobladores que en ocasiones festivas brindan alojamiento a turistas y visitantes.	El casco parroquial de Quimiag cuenta con: <ul style="list-style-type: none"> • Agua entubada • Energía eléctrica • Telefonía fija y móvil • Viviendas de construcción mixta(ladrillo y eternit) 	<ul style="list-style-type: none"> • Senderismo • Toma de fotografías • Interpretación del atractivo • Campamentos • Identificación y descripción de especies de flora • Trekking

			<ul style="list-style-type: none"> • Alcantarillado Transporte público	<ul style="list-style-type: none"> • Escalada
Sendero de los huertos frutales	Bayushig	<p>Servicio de alimentación en el casco parroquial de Bayushig los fines de semana.</p> <p>Local “Sabor bayusheño” de Doña Judith Chunata</p> <p>Local de la Señora Lastenia</p> <p>Local de la señora Elsa Quispe</p>	<p>El casco parroquial de Bayushig cuenta con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agua entubada • Energía eléctrica • Telefonía fija y móvil • Viviendas de construcción mixta(ladrillo y eternit) • Alcantarillado Transporte público	<ul style="list-style-type: none"> • Senderismo • Toma de fotografías • Interpretación del atractivo • Identificación y descripción de especies frutales • Degustación gastronómica
Chozas	San Gerardo	Servicios de alimentación esporádicos los fines de semana.	<p>El casco parroquial de San Gerardo cuenta con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agua entubada • Energía eléctrica • Telefonía fija y móvil • Viviendas de construcción mixta(ladrillo y eternit) • Alcantarillado Transporte público	<ul style="list-style-type: none"> • Caminata • Ciclismo • Agroturismo • Gastronomía • Hospedaje • Toma de fotografías • Interpretación del atractivo • Compra de artesanías

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Guallpa

Los 10 sitios de visita han sido considerados como parte de los productos turísticos, la importancia que poseen para los pobladores, la facilidad de acceso, las facilidades turísticas presentes y la disposición para realizar actividades relacionadas al ecoturismo.

4. Planta turística

Para cumplir las expectativas de calidad y satisfacción de los amantes de la naturaleza se hace necesaria complementar la visita con la prestación de servicios turísticos los que deben brindar una buena calidad del servicio, tener un fácil acceso, y encontrarse cerca de los sitios de visitación acoplándose a las exigencias del segmento turístico establecido para el producto.

a. Establecimientos considerados para el producto turístico

Tabla 156. Albergue la Candelaria

NOMBRE	CATEGORÍA	DIRECCIÓN
ALBERGUE LA CANDELARIA	N/A	CASCO PARROQUIAL DE LA CANDELARIA
FOTOGRAFÍA 		
<p align="center">Foto N°1. Albergue La Candelaria Por: Parroquia la Candelaria</p>		
ACCESO <p>Para llegar a la parroquia La Candelaria tomamos el bus de la cooperativa Bayushig en el terminal Oriental de la ciudad de Riobamba con dirección hacia el cantón Penipe un recorrido de aproximadamente 22 km y luego ya en el sitio continuamos hacia la parroquia La Candelaria 11 km aprox.; el tiempo de viaje es de 1 hora en un recorrido de 33 km aprox., el valor del pasaje es de \$ 1,00.</p>		
SERVICIOS <p>El Albergue tiene capacidad de 22 pax, dispone de dos pisos para hospedaje, el valor es de \$12,00 la noche. Tiene también un salón de recepciones con capacidad para 100 personas. Servicios de guianza tiene un valor de \$15 por pax y el alquiler de caballos \$20,00; los servicios se prestan previa reservación.</p>		
CONTACTOS <p>Teléfono: (03)3014044/(03)3014045 Mail: lacandelaria_penipe@hotmail.com</p>		

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 157. Hacienda Releche

NOMBRE	CATEGORÍA	DIRECCIÓN
HACIENDA RELECHE	N/A	COMUNIDAD RELECHE DE LA PARROQUIA LA CANDELARIA

FOTOGRAFÍA**Foto N° 2. Hacienda Releche**

Por: Paúl Gualpa

ACCESO

Para llegar a la hacienda Releche tomamos el bus de la cooperativa Bayushig en el terminal Oriental de la ciudad de Riobamba con dirección hacia el cantón Penipe un recorrido de aproximadamente 22 km y luego ya en el sitio continuamos hacia la parroquia La Candelaria 11 km aprox.; luego nos dirigimos hacia la comunidad Releche 1 km aprox, el tiempo de viaje es de 1 hora en un recorrido de 34 km aprox., el valor del pasaje es de \$ 1,00.

SERVICIOS

La Hacienda Releche tiene dos cabañas para hospedaje en la comunidad Releche con una capacidad de 40 pax en total, el valor por noche es de \$13,00 p/per, también posee 5 cabañas en el Valle de los Collanes con capacidad de 48 pax, el valor es de \$15,00 p/per.

También prestan servicios de Alimentación, área de camping, alquiler de caballos y guianza, se puede acceder a todos los servicios previa reservación

CONTACTOS

Teléfono: (03)3014-067

Teléfono móvil 0984651922 / 0984649634

Mail: info@haciendareleche.com

WEB: <http://www.haciendareleche.com>

Información: Santiago Cedeño (propietario)

Oswaldo Cedeño (propietario)

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 158. Hostal Cubijies

NOMBRE	CATEGORÍA	DIRECCIÓN
HOSTAL CUBIJIES	N/A	CASCO PARROQUIAL DE CUBIJÍES
<p data-bbox="251 352 423 384">FOTOGRAFÍA</p>  <p data-bbox="695 993 951 1024">Foto N°3. Hostal Cubijies</p> <p data-bbox="735 1035 911 1066">Por: Paúl Gualpa</p>		
<p data-bbox="251 1161 362 1192">ACCESO</p> <p data-bbox="251 1203 1383 1318">Para llegar a la parroquia La Cubijies tomamos el bus de la cooperativa Quimiag en el terminar Oriental de la ciudad de Riobamba, un recorrido de aproximadamente 7 km; el tiempo de viaje es de 15 min, y el valor del pasaje es de \$ 0,25. El</p>		
<p data-bbox="251 1329 394 1360">SERVICIOS</p> <p data-bbox="251 1371 1383 1444">El Hostal tiene 7 habitaciones con capacidad para 15 pax, el valor es de \$10,00 la noche. Los servicios se prestan previa reservación.</p>		
<p data-bbox="251 1455 410 1486">CONTACTOS</p> <p data-bbox="251 1497 492 1528">Teléfono: (03) 2323232</p> <p data-bbox="251 1539 524 1570">Propietario: Jorge Espinoza</p>		

Tabla 159. Pesca Artesanal el Boliche

NOMBRE	CATEGORÍA	DIRECCIÓN
PESCA EL BOLICHE	N/A	COMUNIDAD BAYO EN LA PARROQUIA QUIMIAG

FOTOGRAFÍA**Foto N°4. Pesca el Boliche**

Por: Paúl Gualpa

ACCESO

Para llegar a la hacienda El Boliche se puede tomar un bus en el terminal oriental de la ciudad de Riobamba con dirección a la parroquia Quimiag, luego nos dirigimos hacia el caserío llamado Bayo donde se encuentra la hacienda. El tiempo estimado es de 1 hora con un recorrido de 6 km aproximadamente, el valor del pasaje es de \$ 0,40 ctvs.

SERVICIOS

Pesca artesanal, servicio de preparación de su pesca en salón y al aire libre, servicio de bar, cuenta con un espacio amplio y seguro para acampar.

Prestación de los servicios bajo reserva.

CONTACTOS RESERVACIONES Y CONTRATOS: 033025055 (RIOBAMBA) CEL. 099896902

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 160. Hacienda Balcashig

NOMBRE	CATEGORÍA	DIRECCIÓN
PESCA EL BOLICHE	N/A	COMUNIDAD BAYO EN LA PARROQUIA QUIMIAG

ACCESO

Para llegar a la hacienda El Balcashi se puede tomar un bus en el terminal oriental de la ciudad de Riobamba con dirección a la parroquia Quimiag, luego nos dirigimos hacia la hacienda Balcashi por la vía de primer orden que conecta a Quimiag con el cantón Chambo, aproximadamente a 6km existe un desvío a mano izquierda que se toma hasta llegar a la hacienda. El tiempo estimado es de 45 minutos con un recorrido de 14 km aproximadamente, el valor del pasaje es de \$ 0,40 ctvs. hasta el Parroquia central de la parroquia Quimiag.

SERVICIOS

Una casa de hacienda, aproximadamente 400 hectáreas de terreno, una planta extractora de leche, establos, bosque nativo y paramo. Posee áreas de camping, Senderos para caminata, guianza, rutas de ciclismo.

Los servicios se obtienen comunicándose con la comunidad, bajo reserva.

CONTACTOS

Teléfono: **032340078 (GAD Parroquial de Quimiag)**

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 161. Restaurante el Sabor Bayusheño

NOMBRE	CATEGORÍA	DIRECCIÓN
SABOR BAYUSHEÑO	N/A	BAYUSHIG-CASCO PARROQUIAL-BARRIO EL QUINCHE

FOTOGRAFÍA

Foto N°5. Restaurante El sabor bayusheño

ACCESO

Para llegar a la parroquia Bayushig tomamos el bus de la cooperativa Bayushig en el terminal Oriental de la ciudad de Riobamba con dirección hacia el cantón Penipe un recorrido de aproximadamente 22 km y luego ya en el sitio continuamos hacia la parroquia Bayushig 3km aprox.; el tiempo de viaje es de 40 minutos en un recorrido de 25 km aprox., el valor del pasaje es de 0,60 ctvs.

SERVICIOS

El local tiene una capacidad para 20 personas, la especialidad es la gastronomía tradicional, entre ellas están las tortillas de maíz elaboradas en piedra, muy conocidas. Funciona los fines de semana, y los servicios que ofrece son: Las “Tortillas de Piedra”, tienen un valor de \$1,00 el plato que consta de 5 tortillas acompañadas de ají de queso., el ornado de chanco, la chicha de Claudia, el vino de Claudia y de manzana elaborado por personas de la localidad y el cuy asado.

CONTACTOS

Teléfono: (03)2907323

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 162. Asadero Restaurant Adrianita

NOMBRE	CATEGORÍA	DIRECCIÓN
Asadero Restaurant Adrianita	N/A	SAN GERARDO - CASCO PARROQUIAL
<p>FOTOGRAFÍA</p>  <p>Foto N°6. Asadero Restaurant Adrianita Por: Paúl Gualpa</p>		
<p>ACCESO</p> <p>Para llegar a la parroquia San Gerardo tomamos el bus inter cantonal línea 12 de la ciudad de Riobamba con dirección hacia la parroquia San Gerardo un recorrido de aproximadamente 5 km el tiempo de viaje es de 20 minutos aprox., el valor del pasaje es de 0,25 ctvs.</p>		
<p>SERVICIOS</p> <p>El local tiene Gastronomía tradicional, entre ellas están las papas con cuy que tienen un valor \$2,50 y con conejo a \$3,00, Yaguarlocro a \$2,00, el locro de cuy a \$2,00 y también se preparan bebidas como el morocho, el sapallo y el cauca.</p> <p>Funciona todos los días de 7h00 a 20h00; tiene capacidad para 14 personas distribuidas en 5 mesas.</p>		
<p>CONTACTOS</p> <p>Teléfono: 0986303727 (Sra Marlene Cabezas)</p>		

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 163. La suegra II

NOMBRE	CATEGORÍA	DIRECCIÓN
Asadero Restaurant La suegra II	N/A	SAN GERARDO - CASCO PARROQUIAL

FOTOGRAFÍA**Foto N° 7.** Asadero Restaurant La suegra II

Por: Paúl Gualpa

ACCESO

Para llegar a la parroquia San Gerardo tomamos el bus inter cantonal línea 12 de la ciudad de Riobamba con dirección hacia la parroquia San Gerardo un recorrido de aproximadamente 5 km el tiempo de viaje es de 20 minutos aprox., el valor del pasaje es de 0,25 ctvs.

SERVICIOS

El local tiene Platos tradicionales y nacionales, entre estos están el caldo de gallina que tienen un valor de \$2,50 y el Yaguarlocro a \$2,00. También otros platos como camarones, chuleta frita, pollo al jugo, bistec de carne, lomo al jugo, todos a \$2,50; desayunos y almuerzos a \$2,50, jugos naturales a \$0,50 ctvs

Funciona de lunes a viernes de 6h00 a 15h00 y los sabados de 6h00 a 9h30 am. Tiene capacidad para 12 personas distribuidas en 3 mesas.

CONTACTOS

Teléfono: 0991875991 (Sra. Silva Alarcón)

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 164. Puesto de comida Fernandita

NOMBRE	CATEGORÍA	DIRECCIÓN
Puesto de comida Fernandita	N/A	SAN GERARDO - CASCO PARROQUIAL

FOTOGRAFÍA**Foto N° 8. Puesto de comida Fernandita**

Por: Paúl Gualpa

ACCESO

Para llegar a la parroquia San Gerardo tomamos el bus inter cantonal línea 12 de la ciudad de Riobamba con dirección hacia la parroquia San Gerardo un recorrido de aproximadamente 5 km el tiempo de viaje es de 20 minutos aprox., el valor del pasaje es de 0,25 ctvs.

SERVICIOS

El local tiene Platos tradicionales, entre estos están la fritada que se vende de viernes a domingo a \$2,50, los encebollados que se venden los domingos en la mañana a \$1,75 y las papas con cuy los días lunes a \$2,50.

Tiene capacidad para 15 personas distribuidas en 4 mesas.

CONTACTOS

Teléfono: (03)368213 (Sra. Gloria Amaguaña)

Dir: en las calles 24 de mayo y Chimborazo a 1 cuadra del parque central.

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 165. Carmen Amelia Tierra

NOMBRE	CATEGORÍA	DIRECCIÓN
Carmen Amelia Tierra	N/A	SAN GERARDO - CASCO PARROQUIAL

FOTOGRAFÍA**Foto N°9. Carmen Amelia Tierra**

Por: Paúl Gualpa

ACCESO

Para llegar a la parroquia San Gerardo tomamos el bus inter cantonal línea 12 de la ciudad de Riobamba con dirección hacia la parroquia San Gerardo un recorrido de aproximadamente 5 km el tiempo de viaje es de 20 minutos aprox., el valor del pasaje es de 0,25 ctvs.

SERVICIOS

El local tiene Platos tradicionales, entre estos están la fritada que se vende los domingo a \$2,50, los encebollados que se venden los domingos en la mañana a \$1,75 y las papas con cuy los días lunes a \$2,50, en este local también se puede degustar de la chicha de jora que es cortesía de la casa.

Tiene capacidad para 15 personas distribuidas en 3 mesas.

CONTACTOS

(Sra. Carmen Amelia Tierra)

Dir: en las calles 24 de mayo y Chimborazo a 1 cuadra del parque central.

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 166. Cooperativa de transporte San Antonio de Bayushig

NOMBRE Cooperativa de Transporte San Antonio de Bayushig	DIRECCIÓN Oficina Via a Penipe Av. Alfonso Chavez y Placido Camaño Riobamba
FOTOGRAFÍA <div data-bbox="557 394 1084 787">  </div> <p data-bbox="618 804 1023 871">Foto N° 10. Coop. Transporte Bayushig Por: Paúl Gualpa</p>	
FRECUENCIAS: Riobamba – Penipe; Penipe – Riobamba Riobamba – Candelaria; Candelaria – Riobamba Riobamba – Bayushig; Bayushig – Riobamba Riobamba – Matus; Matus – Riobamba Riobamba – Puela; Puela – Riobamba Riobamba – El Altar; El Altar – Riobamba	TURNOS Cada 30 minutos 5 veces al día cada 30 minutos cada 30 minutos Cada hora Cada hora
SERVICIOS El horario de trabajo es de 06H00 a 20H00, ofreciendo el servicio de transporte público, dando cumplimiento a las frecuencias establecidas, además alquila sus unidades para viajes de turismo a nivel nacional.	
CONTACTOS Teléfono: (03) 237-0125	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 167. Cooperativa de transporte Santiago de Quimiag

NOMBRE COOPERATIVA DE TRANSPORTE SANTIAGO DE QUIMIAG	DIRECCIÓN TERMINAL ORIENTAL DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA
FOTOGRAFÍA  <p data-bbox="516 821 1127 848">Foto N°11. Cooperativa de transporte Santiago de Quimiag</p> <p data-bbox="735 861 906 888">Por: Paúl Gualpa</p>	
FRECUENCIAS: En los barrios Cachipata, Guabulag Alto, Guabulag La Joya y Centro parroquial. Guzo Libre, Loma de Quito, Guzo, Guntus y Balcashi En el resto de barrios y comunidades los horarios son en tres turnos	TURNOS 5H00 a 18H00 Cada 20 min 5H00 a 18H00 Cada 45 min 6H15 – 14H30 – 16H30 – 18H00
SERVICIOS El horario de trabajo es de 06H00 a 18H00, ofreciendo el servicio de transporte público hacia los poblados principales, dando cumplimiento a las frecuencias establecidas, además alquila sus unidades para viajes de turismo a nivel nacional. El valor del pasaje es de 0,80 ctvs, puede variar dependiendo la comunidad o barrio de destino.	
CONTACTOS Terminal Oriental de la ciudad de Riobamba	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 168. Piscina de la parroquia Cubijies

NOMBRE PISCINA PARROQUIAL	DIRECCIÓN CASCO CENTRAL DE LA PARROQUIA CUBIJIES
FOTOGRAFÍA  <p>Foto N°12. Piscina Parroquial Por: GAD Cubijies</p>	
ACCESO Tomamos un bus de la cooperativa Quimiag en el terminal oriental en la ciudad de Riobamba con dirección hacia la parroquia Cubijies, el tiempo de traslado es de 15 min, en un recorrido de 10 km aproximadamente.	
SERVICIOS Alquiler de las instalaciones por un valor de \$1,00 para los adultos, 0,50ctvs para los niños, está abierto de Jueves a domingo. En vacaciones hay cursos vacacionales de natación. Por precaución es necesario hacer una reservación previa a la visita.	
CONTACTOS Teléfono: (03)2323072 GAD Cubijies	

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

5. Productos Turísticos

a. Diseño de paquetes turísticos

Se han elaborado paquetes turísticos acordes a: potencialidad turística de la Mancomunidad, infraestructura básica, planta turística disponible, sitios de visita, y estudio de mercado.

Tabla 169. Paquete N° 01: Ruta “Altar – Nido del Cóndor”

Paquete N° 01		
Demanda: Demanda regional que se encuentra en el rango de edades de 27 a 44 años, el 28% le gustaría visitar montañas, el 25% de la demanda quiere visitar lagunas y el 10% quiere visitar senderos. El 12% desea realizar campamentos, caminatas, el 11% vista a nevados, ciclismo y el 10% degustación gastronómica. El 56 % prefiere programas de 2 días.		
Denominación: Ruta “Altar – Nido del Cóndor”		Código: MMV- 001
Dificultad: Difícil	Idioma de Guianza: Español	Estilo: Caminata
Recorrido: parroquia La Candelaria-Comunidad Releche- Valle de los Collanes – Laguna Amarilla.		Duración: 2 días/1 noche
Itinerario		
Día1	Hora	Actividad
	7h00	Salida desde la ciudad de Riobamba
	8h00	Bienvenida en la parroquia La Candelaria y desayuno tradicional en el Albergue la Candelaria
	9h30	Entrega de Box Lunch e inicio de la caminata hacia el nevado Altar
	16h00	Llegada al refugio del Valle de los Collanes
	18h00	Cena
Día 2	7h00	Desayuno
	8h00	Caminata de ascenso hacia la Laguna Amarilla
	12h00	Visita de sitio y Box Lunch
	14h00	Retorno al Refugio
	15h00	Descenso a la parroquia La Candelaria
	17h30	Cena y despedida
	18h30	Retorno hacia la ciudad de Riobamba y fin del servicio
Descripción del paquete		
En la mañana se recogerá a los turistas en la ciudad de Riobamba a quienes se los trasladará en vehículo (Camioneta doble cabina, bus, furgoneta) hacia la parroquia La Candelaria donde se recibirá una charla introductoria de bienvenida y se les indicará las normas de conducta que deberán acatar en los dos días de recorrido, esta actividad se realizará en el Albergue la Candelaria, donde también se servirá un desayuno tradicional.		

Luego cargaremos las mulas con las provisiones y se iniciará la caminata hacia el nevado el Altar hasta alcanzar los refugios del Valle de los Collanes ubicados a 4100 msnm, se recorre una distancia de 12 km aproximadamente, en el trayecto se realizarán paradas para descansar y servirse el box lunch.

En la noche se servirá la cena en el refugio y se podrá hospedarse en el mismo, para ello se entrega un sleeping térmico.

En el segundo día de recorrido, luego del desayuno se realizará una caminata de 2 horas aproximadamente hacia la Laguna Amarilla situada en el cráter del volcán a 4200 msnm donde se puede hacer fotografía gracias a la vista panorámica y los paisajes propios del páramo y los glaciales andinos, en el sitio también se servirá el box lunch y se visitará la zona.

En la tarde se emprenderá el camino de retorno hacia el refugio del Valle de los Collanes y luego la caminata de regreso hacia la parroquia La Candelaria, donde esperan con la cena de despedida.

Terminadas estas actividades se retorna a la ciudad de Riobamba y se finaliza la prestación de los servicios.

Requerimientos para la visita		<ul style="list-style-type: none"> • Documentos personales. • Ropa abrigada e impermeable. • Botas y zapatos para caminata • Protector solar, gafas; gorra, cámara fotográfica. 	
Prohibiciones		<ul style="list-style-type: none"> • Bebidas alcohólicas. • Armas blancas y de fuego • Mascotas 	
Normas de comportamiento		<ul style="list-style-type: none"> • No arrojar basura • No recolectar especies de flora o fauna. • No destruir la propiedad pública y privada • Seguir las instrucciones del guía. 	
Incluye	<ul style="list-style-type: none"> • 2 Desayuno • 2 Bux Lunch • 2 Cena • Guía nativo • Transporte (Riobamba-La Candelaria, La Candelaria - Riobamba) • Mulas para el traslado de equipos. • Refugio 	No incluye	<ul style="list-style-type: none"> • Comidas ni bebidas extras. • Gastos personales • Propinas. • Lo no especificado en el programa.
Facilidades turísticas		<ul style="list-style-type: none"> • Contratación de transporte privado • Guianza todo el recorrido • Botiquín de primeros auxilios • Cabaña para hospedaje 	
Observaciones		El paquete puede modificarse de acuerdo a las necesidades y sugerencias de los clientes.	
Precio		De 5 a 9 pax \$ 124,87 De 10 a más pax \$ 109,54	

Fuente: Trabajo de Campo, 2016



Figura 70. Mapa del producto 01 : “Altar – Nido del Cóndor”

Fuente: Realizado por: Paúl Guallpa

Tabla 170. Paquete N°02: Ruta “Altar – Trekking de las lagunas”

Paquete N° 02		
<p>Demanda: Para la demanda regional que se encuentra en el rango de edades de 27 a 44 años, el 28% le gustaría visitar montañas, el 25% de la demanda quiere visitar lagunas y el 10% quiere visitar senderos.</p> <p>El 12% desea realizar campamentos, caminatas, el 11% vista a nevados, ciclismo y el 10% degustación gastronómica.</p> <p>El 30% prefiere programas de 3 días.</p>		
Denominación: Ruta “Altar – Trekking de las lagunas”		Código: MMV- 002
Dificultad: Difícil	Idioma de Guianza: Español	Estilo: Caminata
Recorrido: parroquia Quimiag – Bocatoma – Bosque de Pasguazo – Laguna de Mandur- Valle de los Collanes- Laguna Amarilla – La Candelaria.		Duración: 3 días/2 noche
Itinerario		
Día 1	Hora	Actividad
	7h00	Salida desde la ciudad de Riobamba
	8h00	Bienvenida en la parroquia Quimiag y desayuno.
	9h30	Traslado al sector la Bocatoma
	10h30	Entrega de box lunch e inicio de la caminata
	15h30	Llegada al Campamento e instalación de las carpas.
	17h00	Cena
Día 2	7h00	Desayuno
	9h00	Inicio de la caminata de visita a las lagunas
	11h00	Visita de sitio y Box Lunch
	13h00	Caminata al Valle de los collanes
	17h00	Hospedaje en el refugio del Valle de los Collanes
	19h00	Cena
Día 3	7h00	Desayuno
	8h00	Caminata de acenso hacia la laguna amarilla
	11h00	Visita de sitio y box lunch
	15h00	Descenso a la parroquia la Candelaria
	17h00	Cena y despedida
	18h00	Retorno hacia la ciudad de Riobamba y fin del servicio
Descripción del paquete		
<p>En la mañana se recogerá a los turistas en la ciudad de Riobamba a quienes se los trasladará en vehículo (Camioneta doble cabina, bus, furgoneta) hacia la parroquia Quimiag donde se recibirá una charla introductoria de bienvenida y se les indicará las normas de conducta que deberán acatar en los tres días de recorrido, esta actividad se realizará en el parque central de Quimiag, luego nos vamos hasta una de las viviendas del sector donde se servirá un desayuno tradicional.</p> <p>Continuando el recorrido, en vehiculo llegaremos hasta el sector llamado la Bocatoma desde donde se cargará las mulas con las provisiones y se iniciará la caminata hacia el nevado el Altar hasta alcanzar la zona de campamento llamado Bosque de Pasguazo a 3741 msnm, aquí se instalarán las carpas para el camping,</p> <p>En la tarde se servirá la cena y acampará, para ello se entrega un sleeping térmico y una aislante y se acomoda a</p>		

los visitantes en carpas de acorde a las necesidades.

En el segundo día de recorrido, luego del desayuno se realizará una caminata de 2 horas aproximadamente hacia la Laguna Mandur situada en la parte alta del campamento, aquí se puede hacer fotografía, en el sitio se servirá el box lunch y se visitará la zona.

En la tarde se emprenderá la caminata hacia los refugios del valle de los collanes donde nos hospedaremos, un recorrido de aproximadamente 4 horas.

En el tercer día de recorrido, luego del desayuno se realizará una caminata de 2 horas aproximadamente hacia la Laguna Amarilla situada en el cráter del volcán a 4200 msnm donde se puede hacer fotografía gracias a la vista panorámica y los paisajes propios del páramo y los glaciales andinos, en el sitio también se servirá el box lunch y se visitará la zona.

En la tarde se emprenderá el camino de retorno hacia el refugio del Valle de los Collanes y luego la caminata de regreso hacia la parroquia La Candelaria, donde esperan con la cena de despedida.

Terminadas estas actividades se retorna a la ciudad de Riobamba y se finaliza la prestación de los servicios.

Requerimientos para la visita		<ul style="list-style-type: none"> • Documentos personales. • Ropa abrigada e impermeable. • Poncho de aguas, Botas y zapatos para caminata • Protector solar, gafas; gorra, cámara fotográfica. 	
Prohibiciones		<ul style="list-style-type: none"> • Bebidas alcohólicas. • Armas blancas y de fuego • Mascotas 	
Normas de comportamiento		<ul style="list-style-type: none"> • No arrojar basura • No recolectar especies de flora o fauna. • No destruir la propiedad pública y privada • Seguir las instrucciones del guía. 	
Incluye	<ul style="list-style-type: none"> • 3 Desayunos • 3 Bux Lunch • 3 Cenas • Guía nativo • Transporte (Riobamba-Quimiag, Quimiag – Bocatoma, La Candelaria -Riobamba) • Mulas para el traslado de equipos. • Equipos de camping 	No incluye	<ul style="list-style-type: none"> • Comidas ni bebidas extras. • Gastos personales • Propinas. • Lo no especificado en el programa.
Facilidades turísticas		<ul style="list-style-type: none"> • Contratación de transporte privado • Guianza todo el recorrido • Botiquín de primeros auxilios • Equipos de campamento 	
Observaciones		El paquete puede modificarse de acuerdo a las necesidades y sugerencias de los clientes.	
Precio		De 5 a 9 pax \$ 179,31 De 10 a más pax \$ 144,04	

Fuente: Trabajo de Campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa



Figura 71. Mapa del producto 02: "Treakking de las lagunas"

Fuente: Realizado por: Paúl Guallpa

Tabla 171. Paquete N°03: “San Gerardo Ruta de la totora”

Paquete N° 03		
Demanda: Clientes anuales que tienen los comerciantes intermediarios de artesanías que se encuentra ubicados en la Plaza Dávalos. Demanda regional que desea programas con un día de duración (4,4%), con visitas a talleres artesanales (10%), granjas agrícolas (10%), degustación gastronómica (10,3%) y recorridos por senderos (13%).		
Denominación: “San Gerardo Ruta de la totora”		Código: MMV-001
Dificultad: Fácil	Idioma de Guianza: Español	Estilo: Caminata
Recorrido: San Gerardo		Duración: 1 día
Itinerario		
Día1	Hora	Actividad
	8h00	Salida desde la ciudad de Riobamba
	8h30	Bienvenida en la parroquia San Gerardo
	8h40	Desayuno tradicional
	9h30	Visita a las chozas tradicionales y a las granjas de cultivo de frutilla
	12h00	Almuerzo típico
	13h00	Visita al sitio de elaboración de canastos de carrizo
	14h00	Visita a un artesano que elabora las esteras de totora
	15h00	Visita a una fábrica de textiles
	16h00	Retorno a la ciudad de Riobamba
	16h30	Fin de nuestros servicios
Descripción del paquete		
En la mañana se recogerá a los turistas en la ciudad de Riobamba a quienes se los trasladará en vehículo (Camioneta doble cabina, bus, furgoneta) hacia la parroquia San Gerardo donde se recibirá una charla introductoria de bienvenida y se les indicará las normas de conducta que deberán acatar en el recorrido, esto se realizará en el parque central de la parroquia, terminada la bienvenida nos dirigiremos a uno de los restaurantes cercanos al parque central donde desayunaremos. Luego continuaremos por el sendero realizando visitas a los sitios donde se realizan artesanías echas de totora y carrizo, conoceremos las chozas antiguas, los sembríos de frutilla, los canastos elaborados de carrizo, las sogas de cabuya, las esteras de totora, los centros textiles. Tendremos la oportunidad de degustar la gastronomía típica en uno de los prestadores de servicios de amimentación de la parroquia. Terminadas estas actividades se retorna a la ciudad de Riobamba y se finaliza la prestación de los servicios.		
Requerimientos para la visita	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos personales. • Ropa abrigada y ropa cómoda para realizar la caminata. • Protector solar, repelente para mosquitos, gafas; gorra, cámara fotográfica. 	
Prohibiciones	<ul style="list-style-type: none"> • Bebidas alcohólicas. • Armas blancas y de fuego • Mascotas 	
Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> • No arrojar basura • No recolectar especies de flora o fauna. 	

		<ul style="list-style-type: none"> • No destruir la propiedad pública y privada • Seguir las instrucciones del guía. 	
Incluye	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Desayuno • 1 Almuerzos • Guía nativo • Transporte (Riobamba-San Gerardo - Riobamba) • Entrada a cada uno de los emprendimientos. 	No incluye	<ul style="list-style-type: none"> • Comidas ni bebidas extras. • Gastos personales • Propinas. • Lo no especificado en el programa.
Facilidades turísticas		<ul style="list-style-type: none"> • Contratación de transporte privado • Guianza todo el recorrido • Botiquín de primeros auxilios 	
Observaciones		<p>El paquete puede modificarse de acuerdo a las necesidades y sugerencias de los clientes.</p> <p>En el recorrido el cliente puede realizar la compra de artesanías o productos de los emprendimientos.</p>	
Precio		<p>De 5 a 9 pax \$ 31,43</p> <p>De 10 a más pax \$ 27,60</p>	

Fuente: Trabajo de Campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

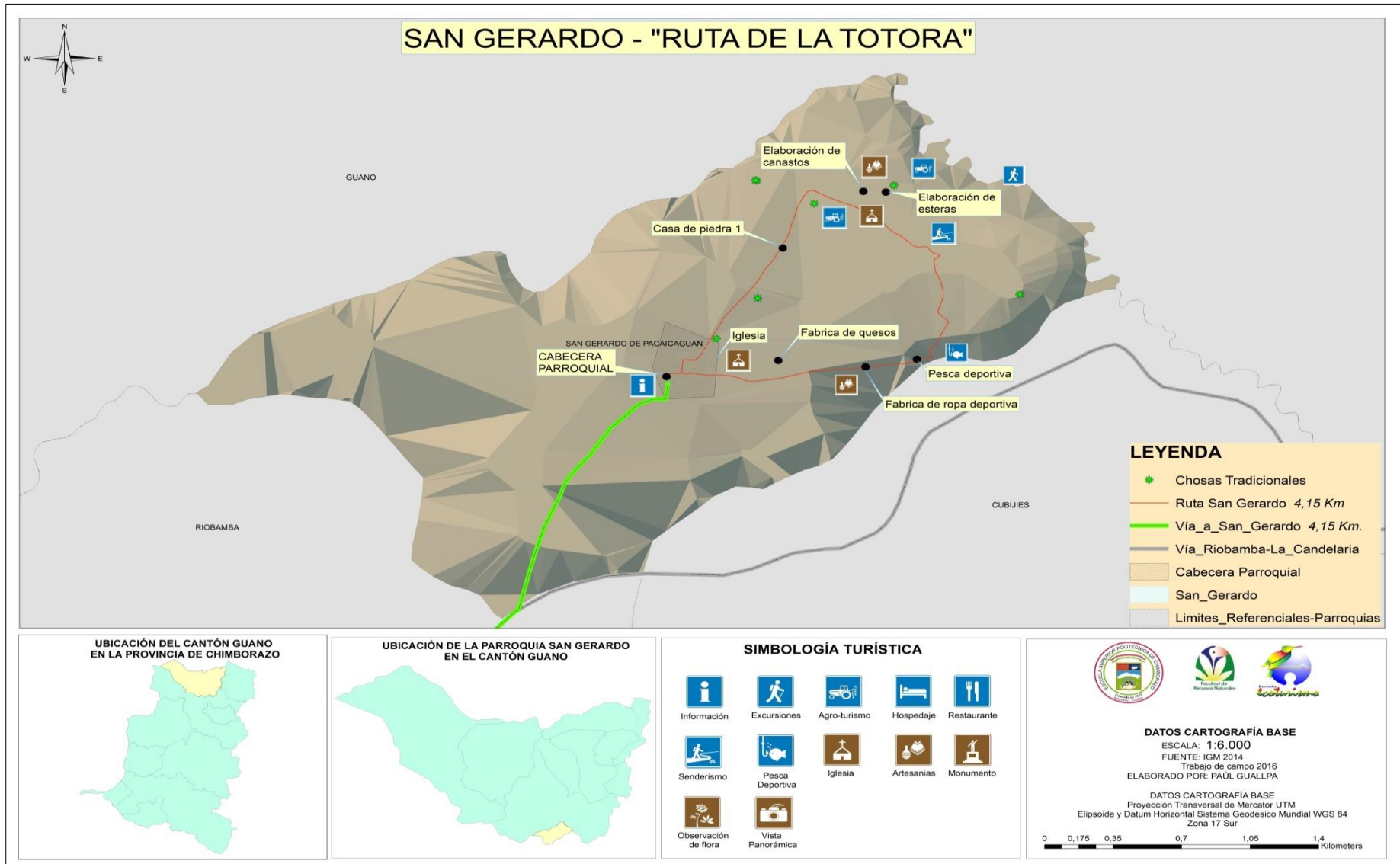


Figura 72. Mapa del producto 03: "San Gerardo Ruta de la tatora"

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 172. Paquete N°4: “Cubijíes Ruta de luces y bandas de pueblo”

Paquete N° 06		
Demanda: Clientes anuales que tienen los comerciantes intermediarios de artesanías que se encuentra ubicados en la Plaza Dávalos. Demanda regional que desea programas con un día de duración (4,4%), con visitas a talleres artesanales (10%), granjas agrícolas (10%), degustación gastronómica (10,3%) y recorridos por senderos (13%).		
Denominación: “Cubijíes Ruta de luces y bandas de pueblo”		Código: MMV-006
Dificultad: Fácil	Idioma de Guianza: Español	Estilo: Caminata
Recorrido: Cubijíes		Duración: 1 día
Itinerario		
Día1	Hora	Actividad
	8h00	Salida desde la ciudad de Riobamba
	8h30	Bienvenida en la parroquia Cubijíes
	9h00	Desayuno tradicional
	10h00	Visita a la Iglesia parroquial
	10h30	Visita al sitio de elaboración de juegos pirotécnicos
	11h00	Caminata hacia el mirador de Cubijíes
	13h00	Almuerzo típico
	14h00	Tarde de música de banda, danzas populares y juegos pirotécnicos
	16h00	Retorno a la ciudad de Riobamba
	16h30	Fin de nuestros servicios
Descripción del paquete		
En la mañana se recogerá a los turistas en la ciudad de Riobamba a quienes se los trasladará en vehículo (Camioneta doble cabina, bus, furgoneta) hacia la parroquia Cubijíes donde recibirá una charla introductoria de bienvenida y se les indicará las normas de conducta que deberán acatar en el recorrido. Luego se servirán el desayuno en uno de los sitios de alimentación de la parroquia y continuaremos con el recorrido realizando la visita a la iglesia central donde tendremos la oportunidad de conocer la historia de la parroquia, también conocerá los talleres donde se elaboran los juegos pirotécnicos y un recorrido por el sendero que lleva hacia el mirador de la parroquia Cubijíes con una maravillosa vista hacia el casco parroquial, al cantón Guano y al nevado Chimborazo. De regreso en el casco parroquial, el visitante podrá degustar de un exquisito almuerzo típico y se divertirá con la música de las bandas de pueblo, las danzas tradicionales y los juegos pirotécnicos, culminando con alegría este recorrido. Terminadas estas actividades se retorna a la ciudad de Riobamba y se finaliza la prestación de los servicios.		
Requerimientos para la visita	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos personales. • Ropa abrigada y ropa cómoda para realizar la caminata • Protector solar, repelente para mosquitos, gafas; gorra, cámara fotográfica. 	
Prohibiciones	<ul style="list-style-type: none"> • Bebidas alcohólicas. • Armas blancas y de fuego • Mascotas 	
Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> • No arrojar basura • No recolectar especies de flora o fauna. • No destruir la propiedad pública y privada 	

		<ul style="list-style-type: none"> • Seguir las instrucciones del guía. 	
Incluye	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Desayuno • 1 Almuerzos • Guía nativo • Transporte (Riobamba-Cubijies y Cubijies - Riobamba) • Entrada a cada uno de los emprendimientos. 	No incluye	<ul style="list-style-type: none"> • Comidas ni bebidas extras. • Gastos personales • Propinas. • Lo no especificado en el programa.
Facilidades turísticas		<ul style="list-style-type: none"> • Contratación de transporte privado • Guianza todo el recorrido • Botiquín de primeros auxilios 	
Observaciones		<p>El paquete puede modificarse de acuerdo a las necesidades y sugerencias de los clientes.</p> <p>En el recorrido el cliente puede realizar la compra de productos de los emprendimientos.</p>	
Precio		<p>De 5 a 9 pax \$ 31,43</p> <p>De 10 a más pax \$ 27,60</p>	

Fuente: Trabajo de Campo, 2016.

Realizado por: Paúl Gualpa

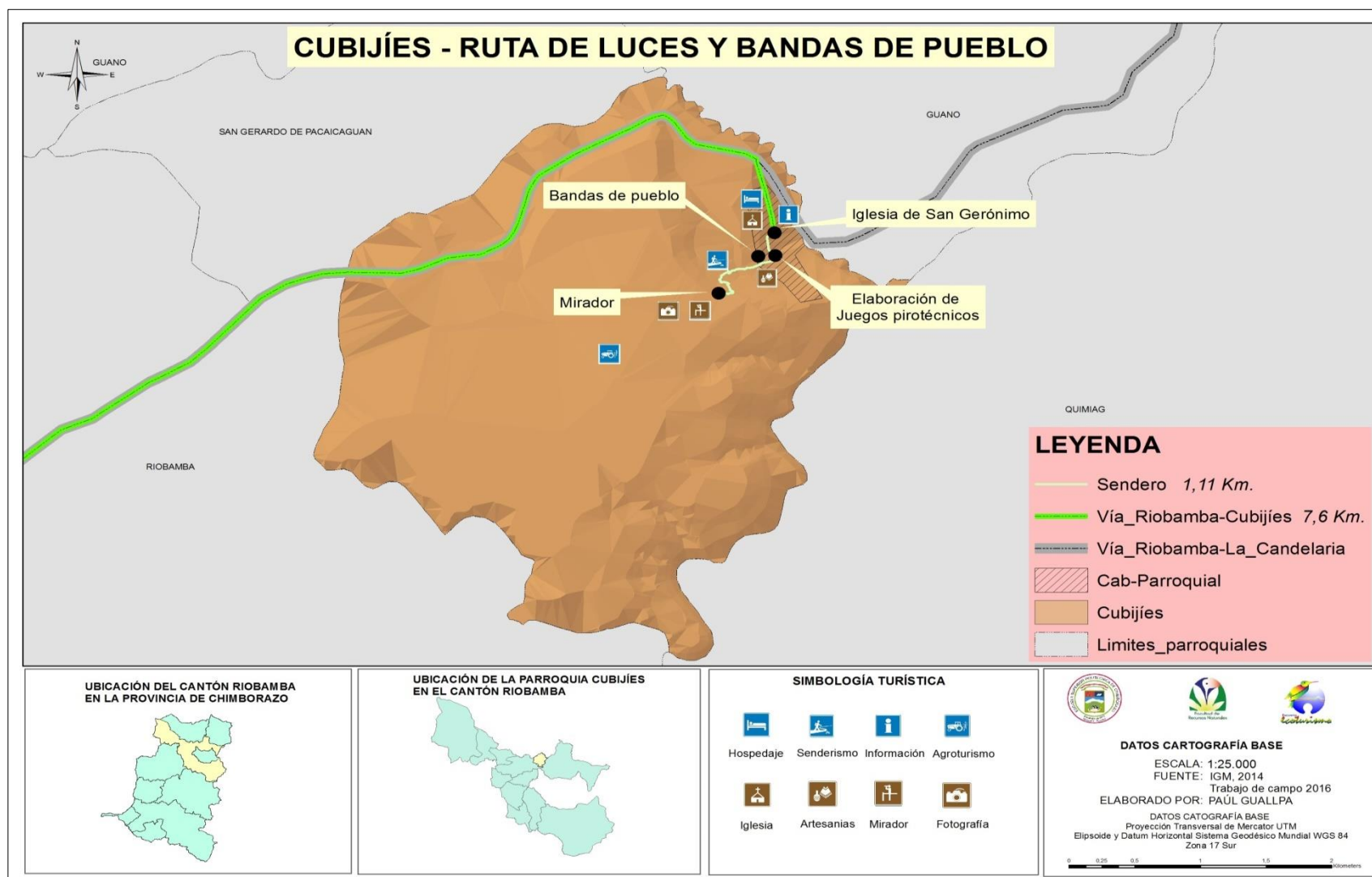


Figura 73. Mapa del producto: “Cubijíes ruta de luces y bandas de pueblo”

Fuente: Realizado por: Paúl Guallpa

Tabla 173. Paquete N°05: “Guanando ruta de los ponchos”

Paquete N° 04		
Demanda: Clientes anuales que tienen los comerciantes intermediarios de artesanías que se encuentra ubicados en la Plaza Dávalos. Demanda regional que desea programas con un día de duración (4,4%), con visitas a talleres artesanales (10%), granjas agrícolas (10%), degustación gastronómica (10,3%) y recorridos por senderos (13%).		
Denominación: “Guanando ruta de los ponchos”		Código: MMV-004
Dificultad: Fácil	Idioma de Guianza: Español	Estilo: Caminata
Recorrido: Guanando		Duración: 1 día
Itinerario		
Día1	Hora	Actividad
	7h00	Salida desde la ciudad de Riobamba
	7h30	Bienvenida en la parroquia Guanando
	8h00	Desayuno tradicional
	9h00	Visita de las granjas agrícolas
	10h00	Visita al Invernadero
	10h30	Visita a la planta procesadora de Balanceado y Amaranto
	11h00	Visita al sitio de elaboración de ponchos de lana
	13h00	Almuerzo típico
	14h30	Visita a la iglesia del Señor de la Buena Muerte
	15h00	Juegos Populares
	16h00	Retorno a la ciudad de Riobamba
	16h30	Fin de nuestros servicios
Descripción del paquete		
<p>En la mañana se recogerá a los turistas en la ciudad de Riobamba a quienes se los trasladará en vehículo (Camioneta doble cabina, bus, furgoneta) hacia la parroquia Guanando donde se recibirá una charla introductoria de bienvenida y se les indicará las normas de conducta que deberán acatar en el recorrido. Luego se servirán el desayuno en uno de los sitios de alimentación de la parroquia y continuaremos con el recorrido realizando la visita a una de las granjas agrícolas, se visitará el invernadero, la planta procesadora de balanceado y amaranto, es decir en este recorrido el visitante conocerá las diferentes formas de cultivo y su procesamiento.</p> <p>Luego se realizará una caminata hasta el sitio donde se elaboran los ponchos de lana de borrego trabajados de forma artesana. Terminada esta actividad se retorna al casco parroquial para que el turista pueda degustar de un almuerzo típico. en la tarde continua la visita conociendo la iglesia de San del Señor de la Buena Muerte patrono de la localidad y realizando actividades culturales.</p> <p>Terminado el recorrido se retorna a la ciudad de Riobamba y se finaliza la prestación de los servicios.</p>		
Requerimientos para la visita	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos personales. • Ropa abrigada y ropa cómoda para realizar la caminata • Protector solar, repelente para mosquitos, gafas; gorra, cámara fotográfica. 	
Prohibiciones	<ul style="list-style-type: none"> • Bebidas alcohólicas. 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Armas blancas y de fuego • Mascotas 		
Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> • No arrojar basura • No recolectar especies de flora o fauna. • No destruir la propiedad pública y privada • Seguir las instrucciones del guía. 		
Incluye	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Desayuno • 1 Almuerzos • Guía nativo • Transporte (Riobamba-Guanando y Guanando - Riobamba) • Entrada a cada uno de los emprendimientos. 	No incluye	<ul style="list-style-type: none"> • Comidas ni bebidas extras. • Gastos personales • Propinas. • Lo no especificado en el programa.
Facilidades turísticas	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación de transporte privado • Guianza todo el recorrido • Botiquín de primeros auxilios 		
Observaciones	<p>El paquete puede modificarse de acuerdo a las necesidades y sugerencias de los clientes.</p> <p>En el recorrido el cliente puede realizar la compra de artesanías o productos de los emprendimientos.</p>		
Precio	<p>De 5 a 9 pax \$ 32,20</p> <p>De 10 a más pax \$ 28,37</p>		

Fuente: Trabajo de Campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

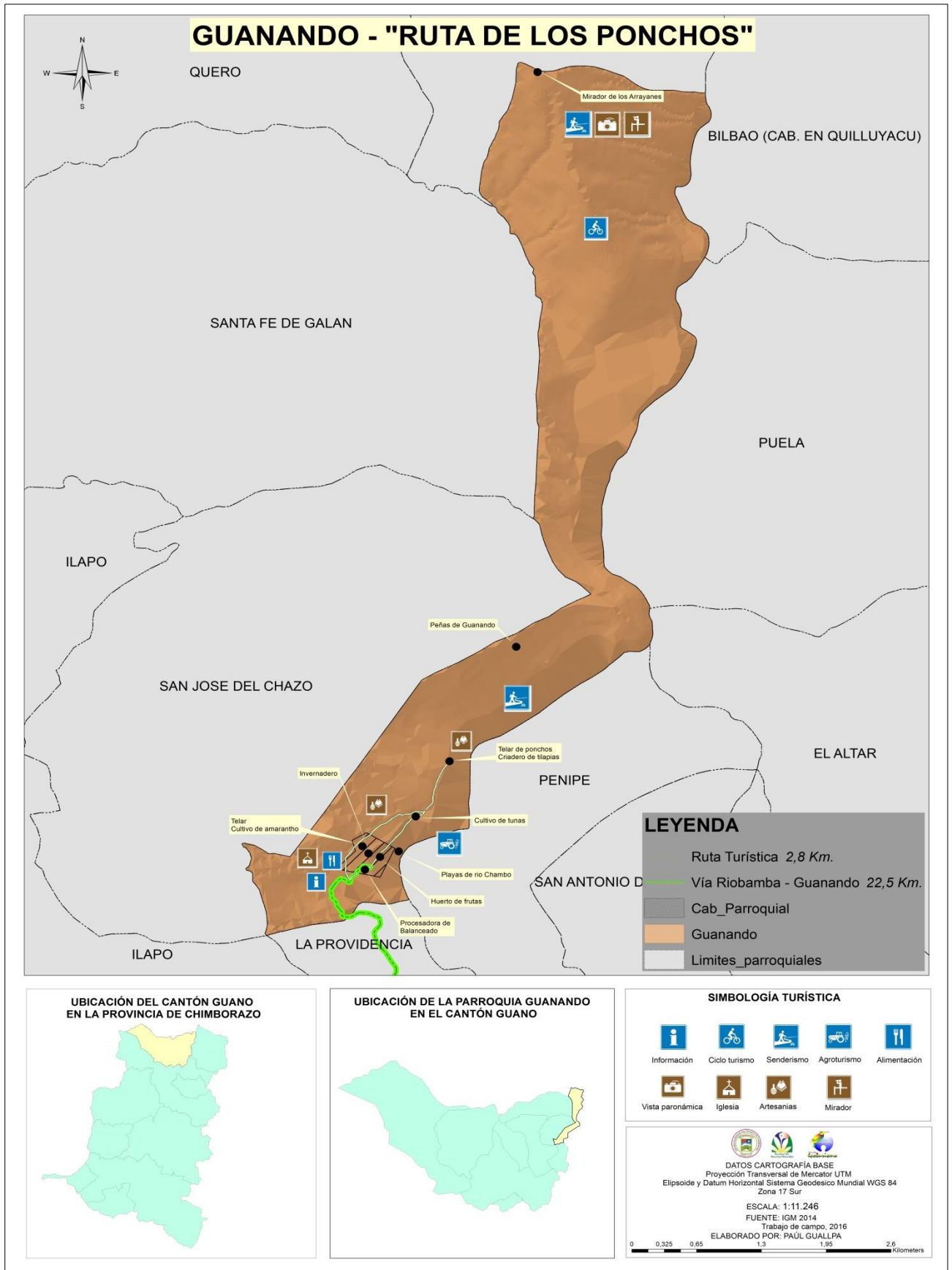


Figura 74. Mapa del producto 04: “Guanando ruta de los ponchos”

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 174. Paquete N°06: “ Bayushig Ruta de las Manzanas”

Paquete N° 05		
Demanda: El 49,9% de familias de la ciudad de Riobamba que consumen las principales frutas (Manzana, peras, durazno y frutilla) que se producen en la parroquia Bayushig. Demanda regional que desea programas con un día de duración (4,4%), con visitas a talleres artesanales (10%), granjas agrícolas (10%), degustación gastronómica (10,3%) y recorridos por senderos (13%).		
Denominación: “ Bayushig Ruta de las Manzanas”		Código: MMV-005
Dificultad: Fácil	Idioma de Guianza: Español	Estilo: Caminata
Recorrido: Bayushig		Duración: 1 día
Itinerario		
Día1	Hora	Actividad
	7h00	Salida desde la ciudad de Riobamba
	8h00	Bienvenida en la parroquia Bayushig
	8h30	Desayuno tradicional
	9h30	Visita a la Iglesia parroquial
	10h00	Visita al sendero de los huertos frutales
	12h00	Visita al sitio de elaboración de las “tortillas de piedra”
	13h00	Almuerzo tradicional
	14h00	Visita al sitio de elaboración del vino de manzana
	16h30	Retorno a la ciudad de Riobamba
	17h00	Fin de nuestros servicios
Descripción del paquete		
En la mañana se recogerá a los turistas en la ciudad de Riobamba a quienes se los trasladará en vehículo (Camioneta doble cabina, bus, furgoneta) hacia la parroquia Bayushig donde se recibirá una charla introductoria de bienvenida y se les indicará las normas de conducta que deberán acatar en el recorrido. Luego se servirán el desayuno en uno de los sitios de alimentación de la parroquia y continuaremos con el recorrido realizando la visita a la iglesia parroquial donde tendremos la oportunidad de conocer la historia de la parroquia, también se hace un recorrido por el sendero de huertos frutales donde el visitante conocerá los diferentes tipos de manzana y frutas que se cultivan en la parroquia, al medio día retornaremos al casco parroquial para conocer los sitios donde se prepara la gastronomía tradicional, entre muchos platos tendremos la oportunidad de conocer cómo se preparan los famosos “Tortillas de piedra” y culminar la mañana con un delicioso almuerzo típico. En tarde se realizará una caminata hacia un sitio donde se elabora el licor de frutas, aquí nos explicarán todo el proceso para su elaboración, además podremos conocer los diferentes licores que se elaboran en la parroquia de forma tradicional. Para finalizar las actividades visitaremos el mirador hacia el volcán Tungurahua y retornaremos al casco parroquial. Terminadas estas actividades se retorna a la ciudad de Riobamba y se finaliza la prestación de los servicios.		

Requerimientos para la visita	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos personales. • Ropa abrigada y ropa cómoda para realizar la caminata • Protector solar, repelente para mosquitos, gafas; gorra, cámara fotográfica. 		
Prohibiciones	<ul style="list-style-type: none"> • Bebidas alcohólicas. • Armas blancas y de fuego • Mascotas 		
Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> • No arrojar basura • No recolectar especies de flora o fauna. • No destruir la propiedad pública y privada • Seguir las instrucciones del guía. 		
Incluye	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Desayuno • 1 Almuerzos • Guía nativo • Transporte (Riobamba-Bayushig y Bayushig - Riobamba) • Entrada a cada uno de los emprendimientos. 	No incluye	<ul style="list-style-type: none"> • Comidas ni bebidas extras. • Gastos personales • Propinas. • Lo no especificado en el programa.
Facilidades turísticas	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación de transporte privado • Guianza todo el recorrido • Botiquín de primeros auxilios 		
Observaciones	<p>El paquete puede modificarse de acuerdo a las necesidades y sugerencias de los clientes.</p> <p>En el recorrido el cliente puede realizar la compras de productos de los emprendimientos.</p>		
Precio	<p>De 5 a 9 pax \$ 32,97</p> <p>De 10 a más pax \$ 29,13</p>		

Fuente: Trabajo de Campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

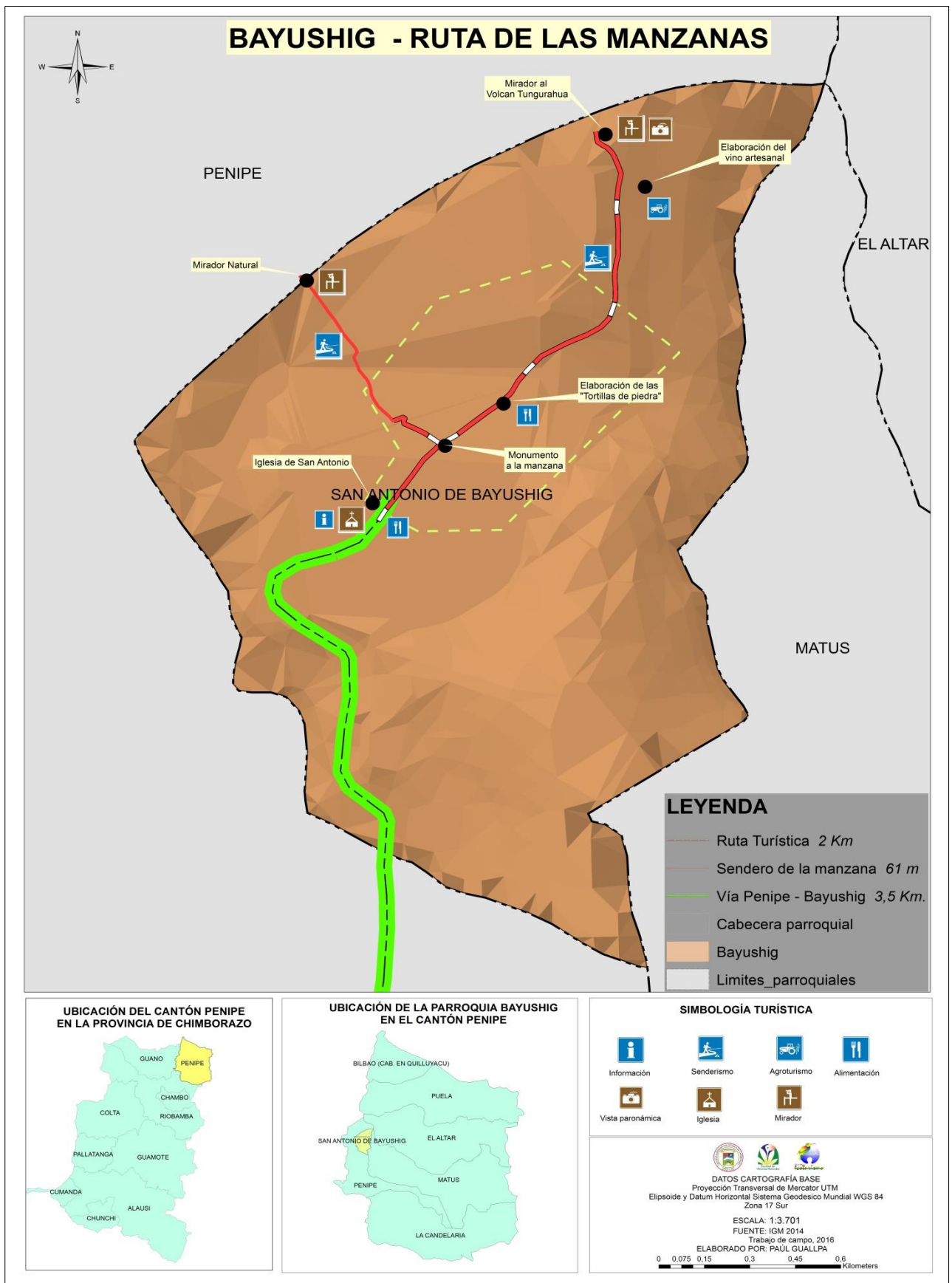


Figura 75. Mapa del producto 5: “Bayushig ruta de las Manzanas”

Fuente: Realizado por: Paúl Guallpa

b. Producto de competencia para deportistas

Tabla 175. Paquete N°7: Duatlon “Mirador de los Volcanes”

Paquete N° 07		
Demanda: Jovenes de la ciudad de Riobamba que se encuentra en edades que van desde los 15 hasta los 39 años. El producto también está dirigido para la demanda regional que desea realizar actividades de ciclismo (46%) y para deportistas del Ecuador que participan en eventos de competencia, practican ciclismo (64%) y carrera a pie (20%) que prefieren eventos de competencia con una duración de 2 días, con una distancias de 80 km para la modalidad de Duatlon.		
Denominación: Duatlon “Mirador de los Volcanes”		Código: MMV-006
Dificultad: Dificil	Distancia total: 86 km Ciclismo: 61 km. Carrera a pie: 25 km.	Estilo: Competencia Modalidad Duatlon (Ciclismo y Carrera a pie)
Recorrido: Día 1: Guano-Ilapo-Santa Fe de Galán-San José de Chazo-La Providencia- Guanando-Puela-El Altar-Matus- Bayushig. Día 2: La Candelaria – Valle de los Collanes		Duración: 2 día
ITINERARIO		
Día1	Hora	Actividad
	7h00	Concentración
	8h00	Salida desde el Parque central del cantón Guano
	10h00	Llegada a la parroquia Ilapo
	11h00	Llegada a la comunidad de Saguazo
	12h00	Llegada a la Parroquia San José de Chazo
	12h10	Llegada a la Parroquia La Providencia
	12h20	Llegada a la Parroquia Guanando
	13h00	Llegada a la Parroquia El Altar
	13h30	Llegada a la Parroquia Matus
	14h00	Llegada a la Parroquia Bayushig
Día 2	7h00	Concentración
	8h00	Salida desde la parroquia La Candelaria
	11h00	Llegada al Valle de los Collanes
	14h00	Retorno a la Parroquia La Candelaria
	15h00	Premiación a los ganadores
Especificaciones de la competencia		

“MTB MIRADOR DE LOS VOLCANES 2017” ESPECIFICACIONES GENERALES DE LA COMPETENCIA

Fecha: 20 de agosto del 2017

(La fecha en que se desarrolle el evento de competencia se sugiere se realice en los meses de julio a septiembre, datos proporcionado por los deportistas y con aceptación del 40,5%, debido a que son los meses de cuando la mayoría está de vacaciones).

Inscripciones: Las inscripciones al evento estarán disponibles a partir del día lunes 17 de julio del 2017 en la plataforma **www.registro.cikla.net**

(La plataforma de inscripciones deberá ser habilitada 1 mes antes de la competencia, para lo cual se sugiere se realice mediante la Web utilizando plataformas que prestan este tipo de servicios)

Cupo disponible: Para iniciar este tipo de eventos se sugiere otorgar 213 cupos, 44 para equipos de 2 personas en 3 categorías y 169 para individuales en 5 categorías.

Total de participantes: 257 deportistas.

Lugar de concentración: Parte baja del parque central del cantón Guano, calle 20 de Diciembre.

Cómo llegar: El día 1 se debe Tomar la vía Riobamba - Guano en un recorrido de 8.9 km. Al noreste de la ciudad de Riobamba está el Cantón Guano sitio a donde debe, la localidad donde unicia la competencia es el parque central. El día 2 se debe tomar la vía Riobamba – Penipe, luego la vía Penipe – La Candelaria un recorrido de aproximadamente 33 km, la carrera a pié del día 2 inicia en el casco parroquial de la Candelaria.

Recorrido del día 1: Desde Guano (2220 msnm) se sigue por la calle Agustín Davalos hasta encontrar la vía pavimentada en la comunidad de Santa Teresita, luego seguimos hasta la comunidad de San José de Chocón (2720 msnm), seguimos por la misma vía pavimentada en dirección norte pasando por la parroquia de Ilapo (3367 msnm) hasta alcanzar la altura de 3662 msnm en la comunidad de Saguzo, en este punto tomamos un desvío hacia la derecha que nos lleva hacia la comunidad de Caguají (3500 msnm) por una vía empedrada y de tierra, seguimos el recorrido hasta llegar a la parroquia San José de Chazo (2957 msnm) donde se termina la vía de segundo orden y comienza la vía asfaltada que nos lleva hacia la parroquia La Providencia (2461 msnm) y luego a la parroquia Guanando (2216 msnm) por una vía de tierra. Continuamos por la vía de segundo orden paralela al río Chambo y nuevamente empezamos a subir pequeñas elevaciones que nos permiten llegar hasta el puente que divide la parroquia Puela y Guanando, seguimos esta vía en dirección Sureste, hasta encontrar la entrada a la parroquia El Altar, seguimos esta vía hasta llegar a al Casco parroquial ubicado (2440 msnm), tomamos la vía con dirección sur hacia la parroquia Matus (2680msnm) por una vía pavimentada, pasamos el casco parroquial por la única vía de conexión con la parroquia Bayushig hasta alcanzar la meta en el casco parroquial de Bayushig (2760 msnm).

Recorrido del día 2: El día 2 inicia en la parroquia La Candelaria, desde la comunidad Releche seguimos por la sendero que lleva hacia el Nevado el Altar en dirección Este, hasta llegar a los refugios en el Valle de los Collanes , sitio de registro de tiempos obtenidos, luego del registro el competidor tiene que regresar inmediatamente hacia la parroquia La Candelaria sitio donde finaliza la competencia.

Distancia total de la competencia: 92 km

Distancia día 1: 67 km.

Distancia día 2: 25 km.

Desnivel positivo acumulado del día 1: 1066 metros

Desnivel positivo acumulado del día 2: 303 metros

Hora de concentración: 07h00

Hora de salida: 08h00 (puntual)

Valor: el precio de la inscripción es de \$40,00 individual y \$80,00 parejas.

CATEGORÍA INDIVIDUAL 169 CUPOS DISPONIBLES

Hombres (hasta 29 años) Cupos disponibles 40

Master A (de 30 a 39 años) Cupos disponibles 52

Master B (de 40 a 49 años) Cupos disponibles 42

Master C (+ de 50 años) Cupos disponibles 15

Mujeres (Abierta) Cupos disponibles 20

Nota: Para abrir una categoría mínimo 10 ciclistas C

CATEGORIA PAREJAS O EQUIPOS, 44 CUPOS DISPONIBLES:

Hombres A (hasta 60 años sumadas las edades) Cupos disponibles 15

Hombres B (de 61 en adelante) Cupos disponibles (14)

Mujeres Cupos disponibles (15)

Nota: Para abrir una categoría mínimo 7 equipos

De no existir el cupo mínimo requerido de inscritos (as), la categoría se unificará de acuerdo al criterio de la organización.

Para ubicar las categorías se tomará en cuenta solo el año de nacimiento, es decir, los años cumplidos hasta el año 2016.

Tiempo límite para llegar a la meta, entrar dentro del tiempo de carrera y recibir asistencia: 14h30min

Largada: Las categorías largarán por grupos desde las 8h00 de acuerdo al criterio de la organización y de los jueces de la carrera.

Asistencia: · La organización determinará el lugar en el que los equipos podrán recibir asistencia. Los equipos que sean asistidos fuera de estos lugares serán descalificados.

Clasificación: Continúan la carrera del segundo día solo las personas que hayan alcanzado los mejores tiempos: 90 individual + 60 personas por equipos=150 competidores

CATEGORÍA INDIVIDUAL

Hombres (hasta 29 años): 20 mejores tiempos

Master A (de 30 a 39 años): 30 mejores tiempos

Master B (de 40 a 49 años): 20 mejores tiempos

Master C (+ de 50 años): 10 mejores tiempos

Mujeres (Abierta): 10 mejores tiempos

CATEGORÍA PAREJAS O EQUIPOS

Hombres A (hasta 60 años sumadas las edades): 10 mejores tiempos

Hombres B (de 61 en adelante): 10 mejores tiempos

Mujeres: 10 mejores tiempos

Los acompañantes de los equipos deberán respetar los horarios y recorrido establecido por la organización para su movilización desde los sitios donde inicia la carrera hasta la meta.

No se admitirán carros acompañantes a lo largo del recorrido, éstos deberán movilizarse por las vías alternas y sin interferir en el desarrollo de la carrera.

IMPORTANTE: Desde el momento que los competidores llegan a la parroquia Ilapo, en la ruta Santa Fé de Galán Guanando está prohibido el tránsito de vehículos por ser una vía estrecha y de peligro para los competidores. Existirá un período de 2 horas en el que la circulación vehicular estará suspendida **SUSPENDIDA**.

En las vías de primer orden estarán miembros de la fuerza pública controlando el tránsito vehicular con el fin de precautelar la seguridad de los deportistas.

A los vehículos de asistencia se les recomendable preguntar en los puntos de control si han pasado los competidores de sus equipos.

El PC3 se cerrará a las 11h30 de carrera, quienes no pasen a tiempo por este PC serán detenidos obligatoriamente.

Existen sanciones para los corredores cuyos autos de acompañamiento no acaten el reglamento de la carrera.

ELEMENTOS DE CARRERA · Bicicleta de montaña en buenas condiciones. (OBLIGATORIO) ·

Casco (su utilización es obligatoria durante todo el recorrido). (OBLIGATORIO) ·

Mochila de Hidratación y alimentos. (OBLIGATORIO) ·

Herramientas básicas (corta cadenas, hexagonales, desenllantadores, etc.). (OBLIGATORIO) ·

Kit de parches o tubo. (OBLIGATORIO) ·

Bomba. (OBLIGATORIO) ·

Teléfono celular. (OBLIGATORIO).

Guantes abrigados. (RECOMENDADO) ·

Ropa abrigada. (RECOMENDADO) ·

Impermeables/Rompevientos. (RECOMENDADO) ·

Manta térmica. (RECOMENDADO) ·

Botiquín de primeros auxilios. (RECOMENDADO)

Exclusión de la carrera

No presentarse a la hora indicada.

Recibir asistencia fuera del lugar determinado por la organización.

Auxiliarse o ser remolcado por algún medio de transporte.

No utilizar el casco.

Salirse del recorrido.

Actitud desleal hacia jueces o corredores.

Puntos de control (PC) Día 1: - Habrán 4 puntos de control intermedio en la carrera de bicicleta y el día 2 habrán 2 puntos de control en la carrera a pie, por donde el equipo debe pasar unido. El equipo debe verificar que los jueces de cada PC marquen su hora de paso en las hojas de control.

Abandono:

El equipo que decida abandonar la competencia debe notificarlo inmediatamente a la organización ya sea en el recorrido o en el punto de control más cercano.

Al abandonar el equipo deberá trasladarse por sus propios medios al PC más cercano, excepto que su condición física no lo permita y requiera asistencia.

Llegada: - Habrán jueces marcando la hora de llegada de cada equipo al final de la carrera. Clasificación: El primer día se darán a conocer los mejores que clasifican al segundo día, el segundo día se darán a conocer los tiempos de los 3 primeros por categoría, información necesaria para la premiación, los resultados definitivos se publicarán al siguiente día de la fecha de la competencia.

Premiación: Luego de finalizada la carrera del segundo día se premiará a los ganadores de cada una de las categorías. (Los premios son económico y en medallas para los 3 mejores tiempos en todas las categorías)

Consideraciones generales:

Cada ciclista correrá por su cuenta y riesgo, se recomienda que los participantes tengan experiencia y estén en buenas condiciones físicas. La organización no se hace responsable por accidentes, lesiones, daños o pérdidas materiales.

La organización dará primeros auxilios en caso de ser necesarios.

Los equipos deberán mantenerse juntos durante todo el recorrido.

Los corredores no podrán reemplazar su bicicleta ni sus partes durante la competencia; solo podrán utilizar las cosas que lleven desde el comienzo.

La carrera no se suspenderá por mal clima a menos que la organización lo considere necesario por motivos de seguridad.

Prohibiciones	<ul style="list-style-type: none"> • Bebidas alcohólicas. • Armas blancas y de fuego • Mascotas 		
Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> • No arrojar basura • No recolectar especies de flora o fauna. • No destruir la propiedad pública y privada 		
Inscripción Incluye	Ingreso al Parque Nacional Sangay Refrigerio en la cantón Guano y la parroquia La Candelaria. Comida en la Parroquia Bayushig y en el Albergue la Candelaria Una botella de líquido	No incluye	Hospedaje Transporte Alimentación para equipo de apoyo.

	hidratante para cada miembro del equipo Souvenir conmemorativo de la competencia Primeros auxilios en caso de ser necesario Área de camping gratuita en la Parroquia La Candelaria la noche previa a la carrera del día 2 (de ser requerida favor confirmar) Descuento en alojamiento en la el Albergue La Candelaria o en la Hacienda Releche (de ser requerido favor confirmar con anterioridad la reserva)		
Observaciones		El producto puede modificarse de acuerdo a las necesidades y sugerencias de los clientes y organizadores.	
Precio		Individual: \$40,00 Parejas: \$80,00	

Fuente: Trabajo de Campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 176. Características de la Ruta de Ciclismo

DISTANCIA	CICLEABILIDAD	TIEMPO PROMEDIO EMPLEADO
67 Km	99%	5 horas
TERRENO		
Asfalto	Tierra y Empedrado	Tierra
47.4 km	11,02 km	8.4 km
Alturas	Altura Máxima	Altura Mínima
	3560 m.s.n.m. Comunidad Saguazo	2416 m.s.n.m. Guanando
Niveles	Nivel Físico	Nivel Técnico
	Alto	Alto

Fuente: Trabajo de Campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 177. Características de la Ruta de Running

DISTANCIA	CATEGORÍA	TIEMPO PROMEDIO EMPLEADO
12.49 Km (ida y vuelta 24,98 km)	Running/Treacking	6 horas
TERRENO		
Asfalto	Empedrado	Tierra
0 km	0 km	12.49 km
Alturas	Altura Máxima	Altura Mínima
	3247 m.s.n.m. Valle de Los Collanes	2944 m.s.n.m. Parroquia La Candelaria
Niveles	Nivel Físico	Nivel Técnico
	Alto	Alto

Fuente: Trabajo de Campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 178. Logística para el evento de competencia.

MOMENTO	ACTIVIDAD
Generalidades	Para organizar la carrera toma unos 4 meses, se empieza primero a buscar auspicios nuevos y conversaciones con los que ya se tiene. La parte critica son las 3 últimas semanas cuando inicia las inscripciones y una semana después de la carrera, porque se tiene que publicar resultados, evaluar la carrera, devolver objetos perdidos, es un trabajo post carrera.
Organización inicial	Trabajo realizado en esta tesis: Planeación del producto (Paquete N°7)
Conformación de equipos de trabajo	<p>Momento para organizar el equipo que colaborará en las diferentes actividades de preparación, ejecución y post ejecución de la competencia.</p> <p>Equipo de trabajo: Se debería trabajar con un grupo de logística, como un club a fin a la actividad que se va a realizar, estos serían parte del staff de carrera, son personas que están en la ruta, en los puntos críticos, haciendo los puntos de control, entrega de suplementos, entrega de medallas, distribución de espacios para vehículos y en la premiación. Es necesario un grupo entre 40 a 50 personas para el apoyo.</p>
Diseño de la ruta	<p>Para establecer la ruta de la carrera es necesario que el entorno paisajístico sea llamativo, es decir si el recorrido sigue por más caminos de tercer orden es más llamativa la ruta, es mejor evitar las vías grandes o pavimentadas, la gente disfruta hacer chaquianes, zonas donde tenga que cargar la bicicleta, esto hace de la ruta un atractivo.</p> <p>Momento para analizar la ruta, es decir todo el recorrido, es necesario tomar fotografías de la ruta y el recorrido con un GPS para poder compartir con los participantes, mientras más información de la ruta se les proporciona es mejor. Una de las cosas más importantes son el perfil de altura.</p> <p>También se marca la ruta con cal para evitar que la gente se pierda y a la vez para no dañar los elementos naturales o alterar el medio con algún tipo de marcas.</p>
Elaboración de propuestas de auspicio	<p>Se elabora niveles de auspicio para presentar a los auspiciantes, por ejemplo el nivel platino se presenta a empresas grandes, el auspiciante que lo compre lleva el nombre del evento. Luego le siguen los otros niveles de auspicio que son el oro, plata y el bronce que se les va dando un nivel de importancia y beneficios del evento.</p> <p>Se recomienda buscar auspiciantes que vayan con la temática del evento para poder gestionar los kits de carrera.</p>
Diseño gráfico y promoción	<p>Luego se realiza el trabajo de diseño gráfico, se diseñan alrededor de 1000 afiches, también se hace un volante de avance en el cual se hace el avance de la carrera, consta de logo de la carrera y una fotografía bonita y la fecha, luego viene el lanzamiento del afiche oficial. Estos sirven para entregar a los auspiciantes, quienes se encargan de la distribución.</p> <p>El Facebook es una de las mejores herramientas de promoción, en el Ecuador la mayoría de competidores se conocen y comparten la información mediante este medio, actualmente no funciona las páginas web, solo es necesario un fanpage en donde se publica todo.</p>

Gestión de kits de carrera	<p>Previamente se tiene que hacer los kits de carreras, que consta de pañuelos tubulares, camisetas de recuerdo, fundas, bebidas, placas, chip de competencia, web de inscripciones y más.</p> <p>Para reducir los Kits de carrera es importante canjearlos por auspicios.</p>
Gestión de permisos	Sacar permisos de uso de suelo, intendencia, seguridad privada, bomberos, reconocimiento de la ruta con la policía nacional, gestión de riesgos, federación deportiva, Ministerio del Ambiente, todo esto es un respaldo para eventos no deseado el día de la competencia.
Inscripciones	<p>Para las inscripciones se maneja mediante una página web, se asignan cupos de acuerdo a las categorías, normalmente se trabaja con una tienda en línea (ejemplo CLIKA, tienda en Quito) dan una plataforma para inscripciones, es una base de datos donde se inscribe la gente, deben registrarse como usuarios, se anunciamos el día del inicio de inscripciones, generalmente es un día lunes a las 19h00, 3 semanas antes de la fecha de la carrera, se entrega cupos, cuando un participante ya tiene el cupo, recibe un correo electrónico en el cual se le informa el valor y la forma de pago. Y si no hace el pago a tiempo se le otorga ese cupo a otra persona que está en lista de espera.</p> <p>Se otorgan cupos en orden de registro de formularios y también existen cupos extras para personas invitadas, entre estas personas están competidores que queremos que participen en el evento y le den realce a la competencia.</p>
Evento	<p>Día del evento: A las 8h00 se envía a los corredores por grupos de acuerdo a las categorías, es imposible mandar a 400 corredores al mismo tiempo.</p> <p>Equipos que debe llevar: Bicicleta, casco, celular, manta térmica, tubo, bomba, todos los implementos ya se les informa previamente mediante un reglamento antes de la inscripción. El día del evento se hace un control aleatorio para evitar algún tipo de evento no deseado.</p> <p>El ciclista necesita un equipo que le deje y retire del sitio donde se realiza el evento.</p> <p>El principal problema que se puede tener son los carros de abasto que acompañan a los corredores, se estima la presencia de alrededor de 150 carros que hay que ubicarlos.</p> <p>En los puntos de control deben estar jueces controlando los tiempos.</p> <p>En los puntos de Hidratación estarán personas entregando líquido a los competidores, hay que tomar en cuenta que uno de los requisitos es la mochila de hidratación con la cual podríamos reducir los puntos de hidratación.</p> <p>En el inicio y al final de la meta existirán unos sensores que controlarán los tiempos de salida y llegada, estos toman el tiempo con milésimas de segundo para poder establecer a los ganadores. Para esto se ha contratado a una empresa de cronometristas de eventos deportivos, quienes controlan los tiempos mediante chips que son colocados en las bicicletas de cada competidor.</p> <p>Para controlar los tiempos del segundo día se hará mediante jueces, sin el sistema de control por chip.</p> <p>También existirán unas cámaras GoPro que tomarán fotos de manera secuencial, toman la foto del competidor, de la placa y del cronómetro, con eso evitamos cualquier inconveniente en cuanto a tiempos porque sería fatal si llegara a fallar por algún motivo llegara a fallar el sistema satelital.</p>
Post Evento	Hay que recoger la basura que dejan los competidores antes y después de la carrera.
Observaciones	<ul style="list-style-type: none"> - En necesario tener el apoyo de las autoridades. - Se recomienda tomar fotos a todos los competidores y publicarlas en las páginas para darle importancia individual a cada competidor. - Mucha gente no corre por ganar, corre contra ellos mismos, intentan mejorar sus tiempos cada año. - Se pueden gestionar mediante los auspicios los lugares de hospedaje y alimentación, descuentos y sitios de campamento para deportistas cuando el evento implica más de 1 día de competencia. - Es necesario gestionar la mayor parte de gastos de organización del evento mediante la gestión de con los auspiciantes. - Los sitios de hospedaje, alimentación y vendedores se favorecen de estos eventos

Fuente: Trabajo de Campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

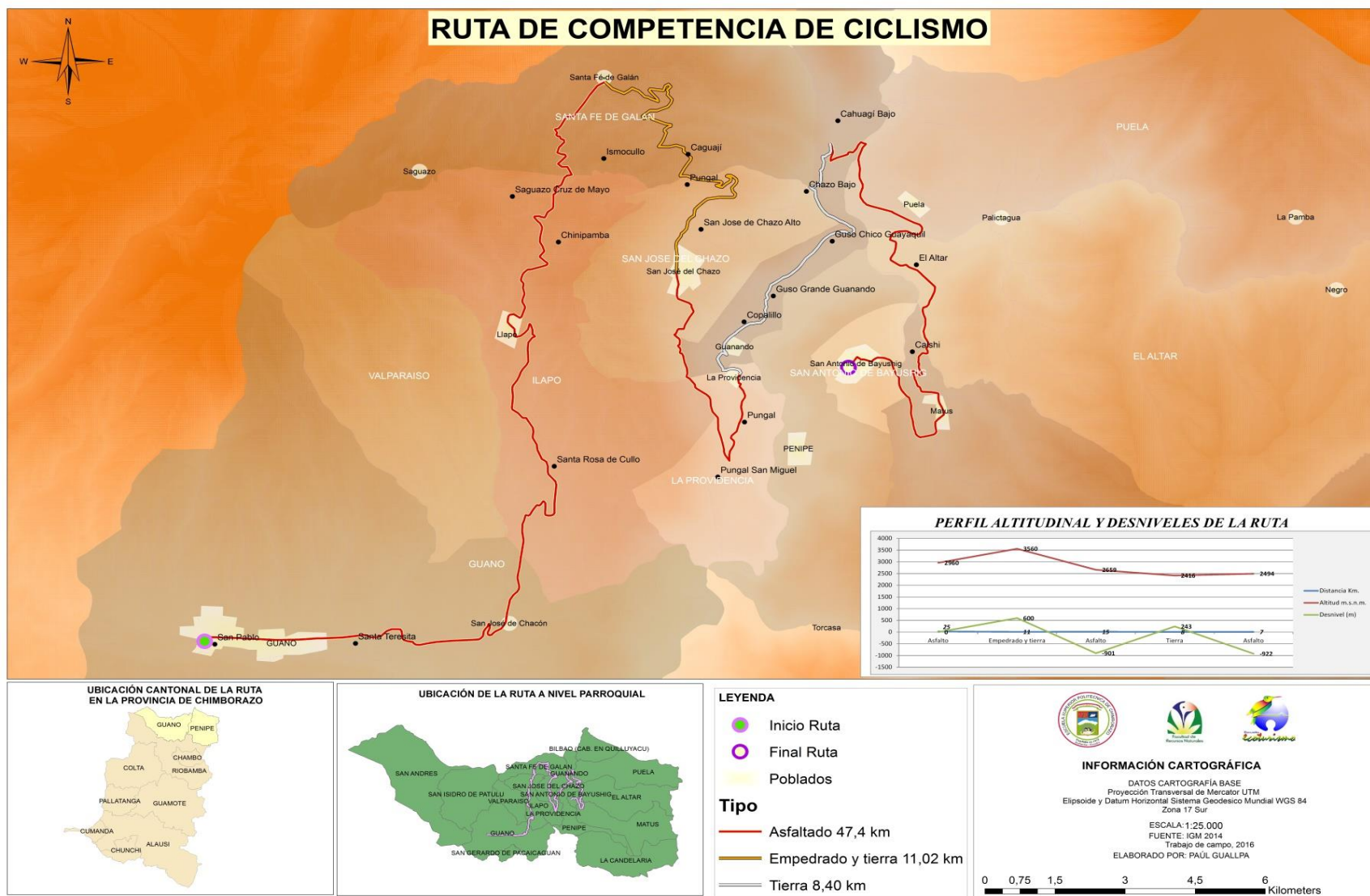


Figura 76. Mapa del producto: “Duatlon Mirador de los Volcanes”

Fuente: Realizado por: Paúl Guallpa



Figura 77. Mapa del producto: “Duatlon Mirador de los Volcanes”

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

c. Análisis del precio de los Paquetes

El precio de los paquetes se trabajó de acuerdo a los datos proporcionados por los prestadores de servicios turísticos de la Mancomunidad.

Tabla 179. Análisis de costos paquete No 01: La Candelaria“Altar Nido del Condor”

La Candelaria		
COSTOS	RANGOS DE PAX	
COSTOS GENERALES	5	10
Transporte	60	100
Guía	80	80
Cocina	10	20
Mulas	40	80
Arriero	40	80
Total de costos generales	46	36
COSTOS INDIVIDUALES		
Desayuno	5	5
Box Lunch	8	8
Cena	8	8
Hospedaje	13,44	13,44
Sleeping	1	1
Total de costos individuales	35,44	35,44
TOTAL DE COSTOS	81,44	71,44
Gastos administrativos (10%)	8,144	7,144
Gastos de publicidad (5%)	4,072	3,572
TOTAL DE COSTOS + GASTOS	93,66	82,16
Margen de Utilidad (25%)	31,22	27,39
PRECIO NETO	124,87	109,54

Fuente: Trabajo de Campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 180. Análisis de costos paquete No 02: Quimiag“Trekking de las lagunas”

Quimiag		
COSTOS	RANGOS DE PAX	
COSTOS GENERALES	5	10
Transporte	60	100
Guía	120	120
Mulas	90	135
Arrieros	90	135
Cocina	10	20
Total de costos generales	74	51
COSTOS INDIVIDUALES		
Desayuno	7,5	7,5
Box Lunch	9	9
Cena	9	9
Carpa	1	1
Sleeping	1	1
Colchoneta	1	1
Refugio	13,44	13,44
Reberbero	1	1
Total de Costos Individuales	42,94	42,94
TOTAL DE COSTOS	116,94	93,94
Gastos administrativos 10%	11,69	9,39
Gastos de publicidad (5%)	5,85	4,70
TOTAL COSTOS + GASTOS	134,48	108,03
Margen de Utilidad (25%)	44,83	36,01
PRECIO NETO	179,31	144,04

Fuente: Trabajo de Campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 181. Análisis de costos paquete No 03: San Gerardo “Ruta de la Totorá”

San Gerardo		
COSTOS	RANGOS DE PAX	
COSTOS GENERALES	5	10
Transporte	30	60
Guía	25	25
Total de costos generales	11	8,5
COSTOS INDIVIDUALES		
Desayuno	2,5	2,5
Almuerzo	3	3
Choza + granja	1	1
Artesano Esteras	1	1
Artesano Canastos	1	1
Fabrica de textiles	1	1
Total de costos individuales	9,5	9,5
TOTAL DE COSTOS	20,5	18
Gastos administrativos 10%	2,05	1,8
Gastos de publicidad (5%)	1,03	0,90
TOTAL COSTOS + GASTOS	23,58	20,70
Margen de Utilidad (25%)	7,86	6,90
PRECIO NETO	31,43	27,60

Fuente: Trabajo de Campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 182. Análisis de costos paquete No 04: Cubijíes “Ruta de luces y bandas de pueblo”

Cubijíes		
COSTOS	RANGOS DE PAX	
COSTOS GENERALES	5	10
Transporte	30	60
Guía	25	25
Total de costos generales	11	8,5
COSTOS INDIVIDUALES		
Desayuno	2,5	2,5
Almuerzo	3	3
Artesano de juegos pirotécnicos	1	1
Juegos Pirotécnicos	1	1
Banda de música	1	1
Danzas	1	1
Total de costos individuales	9,5	9,5
TOTAL DE COSTOS	20,5	18
Gastos administrativos 10%	2,05	1,8
Gastos de publicidad (5%)	1,025	0,9
TOTAL COSTOS + GASTOS	23,58	20,70
Margen de rango (25%)	7,86	6,90
PRECIO NETO	31,43	27,60

Fuente: Trabajo de Campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 183. Análisis de costos paquete No 05: Guanando “Ruta de los ponchos”

Guanando		
COSTOS	RANGOS DE PAX	
COSTOS GENERALES	5	10
Transporte	30	60
Guía	25	25
TOTAL DE COSTOS GENERALES	11	8,5
COSTOS INDIVIDUALES		
Desayuno	2,5	2,5
Almuerzo	3	3
Artesano de ponchos	1	1
Granja	1	1
Invernadero	1	1
Planta procesadora	1	1
Juegos populares y Representación animero	0,5	0,5
Total de costos individuales	10	10
TOTAL DE COSTOS	21	18,5
Gastos administrativos 10%	2,1	1,85
Gastos de publicidad (5%)	1,05	0,93
TOTAL COSTOS + GASTOS	24,15	21,28
Margen de Utilidad (25%)	8,05	7,09
PRECIO NETO	32,20	28,37

Fuente: Trabajo de Campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualipa

Tabla 184. Análisis de costos paquete No 06: Bayushig “Ruta de las manzanas”

Bayushig		
COSTOS	RANGOS DE PAX	
COSTOS GENERALES	5	10
Transporte	40	80
Guía	25	25
Total de costos generales	13	10,5
COSTOS INDIVIDUALES		
Desayuno	2,5	2,5
Almuerzo	3	3
Tortillas echas en piedra	1	1
Sendero de frutales	1	1
Artesano de licor de frutas	1	1
Total de costos individuales	8,5	8,5
TOTAL DE COSTOS	21,5	19
Gastos administrativos 10%	2,15	1,9
Gastos de publicidad (5%)	1,075	0,95
TOTAL COSTOS + GASTOS	24,73	21,85
Margen de Utilidad (25%)	8,24	7,28
PRECIO NETO	32,97	29,13

Tabla 185. Presupuesto para el producto de competencia Duatlon “Mirador de los Volcanes”.

GASTOS COMPETENCIA						
COSTOS	CANTIDAD	P. GLOBAL	PU	P.T	GESTION	RECURSOS PROPIOS
Ticket Refrigerio día 1	257	\$3,00	\$3,00	\$771,00	-	\$771,00
Ticket Almuerzo día 1	257	\$3,00	\$3,00	\$771,00	-	\$771,00
Ticket Refrigerio día 2	257	\$3,00	\$3,00	\$771,00	-	\$771,00
Ticket Almuerzo día 2	257	\$3,00	\$3,00	\$771,00	-	\$771,00
Botella de Agua	1000	\$0,60	\$1,17	\$300,00	\$300,00	-
Servicio Satelital (Chips)	1	\$1.500,00	\$5,84	\$1.500,00	\$1.500,00	-
Servicio Web para inscripciones	1	\$300,00	\$1,17	\$300,00	\$300,00	-
Placas	514	\$1,00	\$2,00	\$514,00	-	\$514,00
Amarras (100 unidades) (0,06 ctvs x Unidad)	600	\$0,12	\$0,14	\$36,00	-	\$36,00
Camiseta	257	\$6,00	\$6,00	\$1.542,00	\$1.542,00	-
Medalla	33	\$1,25	\$0,16	\$41,25	\$41,25	-
Flyer publicidad (2000)	1	\$150,00	\$0,58	\$150,00	-	\$150,00
Afiches (2000)	1	\$430,00	\$1,67	\$430,00	-	\$430,00
Mulas para el traslado de equipos	10	\$40,00	\$1,56	\$400,00	-	\$400,00
Arrieros	10	\$40,00	\$1,56	\$400,00	-	\$400,00
Transporte (Camioneta)	2	\$140,00	\$1,09	\$280,00	-	\$280,00
TOTAL DE COSTOS			\$ 34,93	\$8.977,25	\$ 3.683,25	\$ 5.294,00

Fuente: Trabajo de Campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 186. Menus tentativo para los refrigerios

Día 1				
Cant.	Detalle	PU	Total	Precio del Refrigerio
103	Libras de pollo	\$ 1,25	\$ 128,75	\$ 1,65
26	Fundas de pan de 20 unidades	\$ 1,55	\$ 40,30	
3	Fundas Servilletas de 100 unidades	\$ 0,75	\$ 2,25	
12	Cajas de té de coca de 100 unidades	\$ 6,00	\$ 72,00	
514	Bananas	\$ 0,10	\$ 51,40	
257	Barras de cereal	\$ 0,50	\$ 128,50	
TOTAL			\$ 423,20	
Día 2				
37	Jamon	\$ 0,85	\$ 31,45	\$ 1,05
26	Fundas de pan de 20 unidades	\$ 1,55	\$ 40,30	
3	Fundas Servilletas de 100 unidades	\$ 0,75	\$ 2,25	
10	Queso crema	\$ 2,50	\$ 25,00	
8	Fundas de orchata	\$ 0,50	\$ 4,00	
514	Bananas	\$ 0,10	\$ 51,40	
257	Barras de chocolate	\$ 0,45	\$ 115,65	
TOTAL			\$ 270,05	

Fuente: Trabajo de Campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

d. Localidades receptoras

Para la operación del producto turístico en la Mancomunidad se considera como localidades receptoras a las parroquias: San Gerardo, Cubijés, Guanando, Quimiag, Bayushig y La Candelaria.

e. Gestión del Producto Turístico

El producto turístico se gestionará por medio de la Mancomunidad con la conformación de una empresa pública de turismo, también mediante entidades públicas (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Chimborazo, Municipio del cantón Riobamba, Municipio de Penipe, Municipio del cantón Guano), la empresa pública de turismo de la Mancomunidad encaminará el producto turístico para su posicionamiento en el mercado.

f. Comercialización y Operatividad del producto

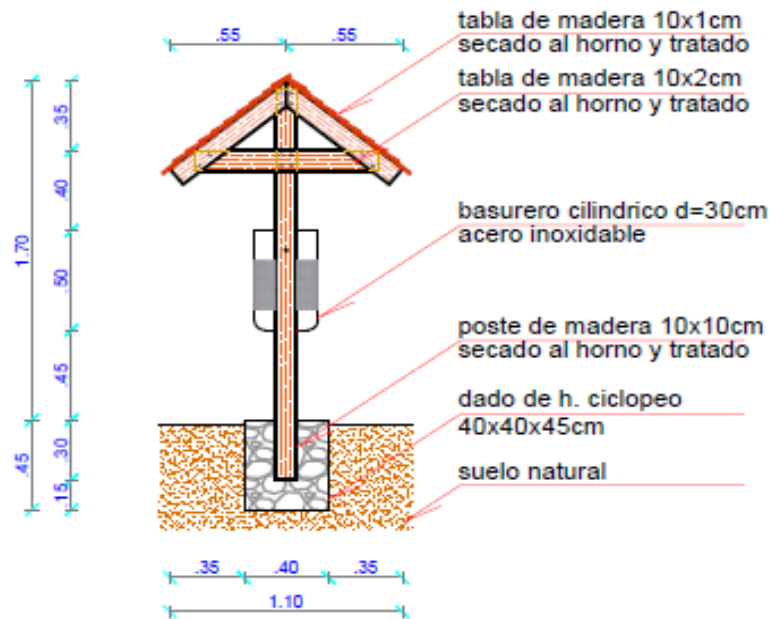
La comercialización y operatividad de los productos estará a cargo de la empresa pública turística de la Mancomunidad.

6. Determinación de las necesidades de intervención pública y privada

a. **Infraestructura Básica**

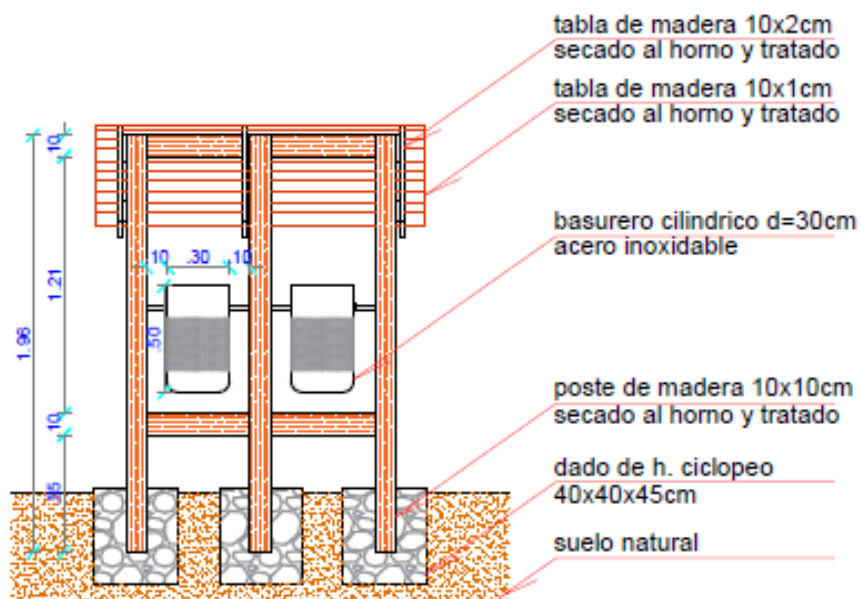
Tabla 187. Diseño de basureros

<p>Nombre: Basurero</p>	<p>Ubicación: Para el paquete N°1 se ubicará junto al sitio de registro de entrada al Parque Nacional Sangay.</p> <p>Para el paquete N°2 se ubicará en el sector de la Bocatoma inicio del sendero hacia el nevado El Altar.</p> <p>Para el paquete N° 3 estarán ubicados junto a la Iglesia del barrio la Unión.</p> <p>Para el paquete N°4 se ubicarán junto a la iglesia del Señor de la Buena Muerte</p> <p>Para el paquete N°5, se ubicará al inicio y fin del sendero de los huertos frutales.</p>
<p>Propósito: En este tipo de actividades turísticas es indispensable la implementación de basureros ya que permiten la recolección de desechos contribuyendo a la conservación y cuidado de la naturaleza.</p>	
<p>Diseño.</p> <div data-bbox="406 1008 1218 1617"><p>The drawing shows a front elevation of a trash bin. It has a wooden frame with a metal mesh body. The top is a flat wooden board. There are two doors on the front. Dimensions are given in meters. The overall width is 1.58m, and the height is 1.23m. The drawing is labeled 'fachada frontal' and 'esc: 1:50'.</p></div> <p>fachada frontal esc: 1:50</p>	



fachada lateral

esc: _____ 1:50



detalles constructivos

esc: _____ 1:50

Descripción Constructiva:

Para la cimentación se construirán plintos de 0,30m de largo; 0,30 m de ancho y 0.40m de profundidad.

Y para su relleno se utilizará Hormigón ciclópeo: HS 60% (180kg/cm2) y piedra 40%. La madera a utilizar será el eucalipto secado al horno y tratado. Los contenedores serán metálicos de acero inoxidable con un diámetro de 0.30m y 0,50 de largo; serán clasificados en orgánicos e inorgánicos y serán de color verde. La cubierta será de madera de 2 aguas tapada cubierta de paja.

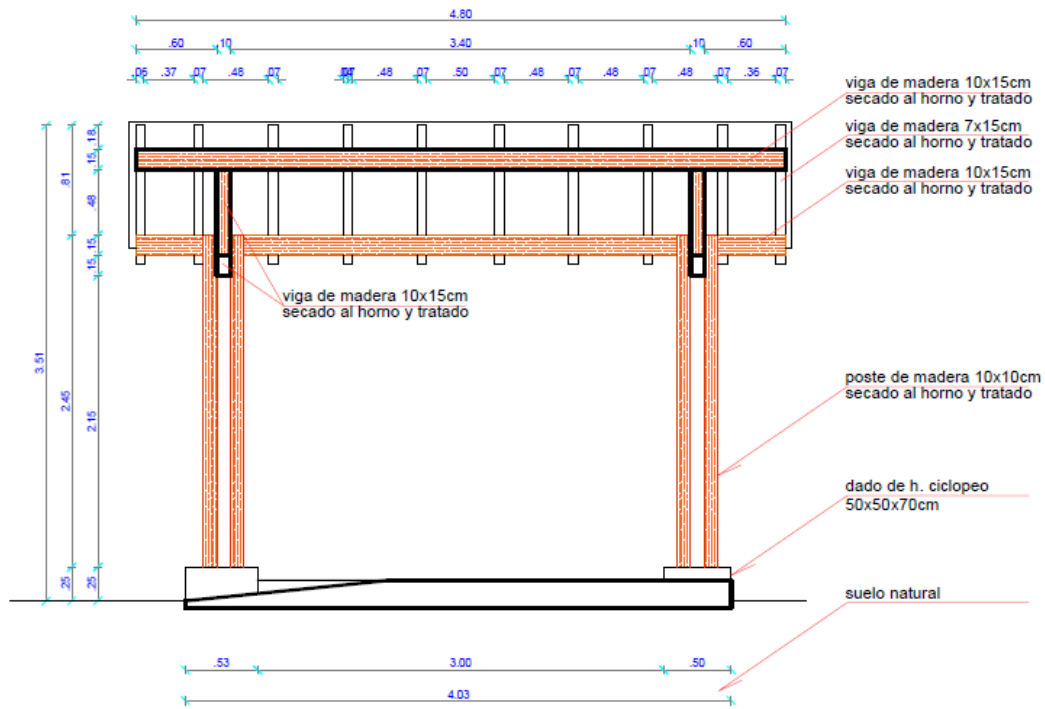
El color a usar de la madera será natural, tratado y con laca.

Fuente: Trabajo de Campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 188. Diseño de soleados

Nombre: Soleado	Ubicación: Para el paquete N°4 se ubicará junto al parque central de la parroquia Guanando.
Propósito: Son espacios destinados para el descanso de los turistas los mismos que evitan que el recorrido se torne cansado permitiendo que los visitantes disfruten de la naturaleza.	
<p>Diseño.</p> <p>The diagram is an architectural plan of a rectangular shaded area. The overall dimensions are 4.00m by 4.00m. The layout includes four benches labeled 'banca de madera' at the corners. A central area is marked with a slope of p=10% and an arrow pointing right. Dimensions are provided for various sections: 1.80m and 1.20m for the vertical axis, and 1.50m for a horizontal section. Corner details show small square elements.</p> <p>planta arquitectonica esc: _____ 1:50</p>	

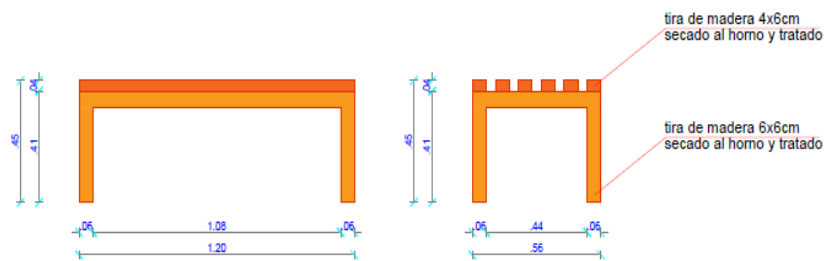


estructura de madera

esc: _____ 1:50

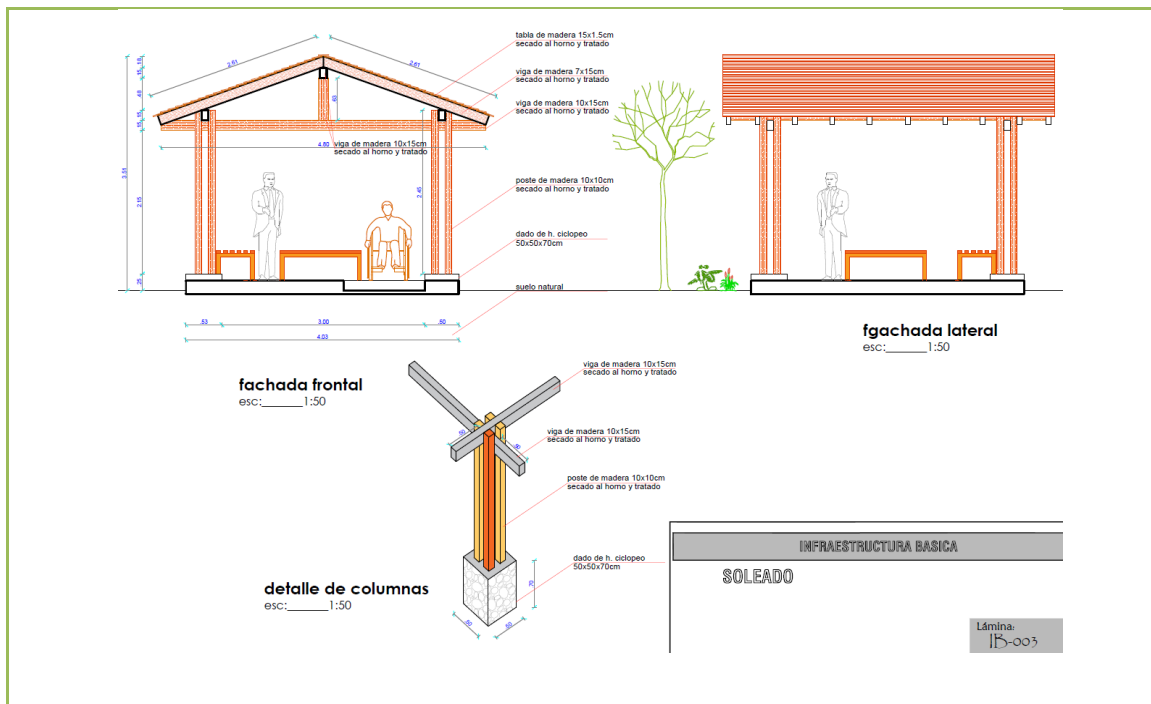
planta arquitectonica

esc: _____ 1:50



banca de madera

esc: _____ 1:50



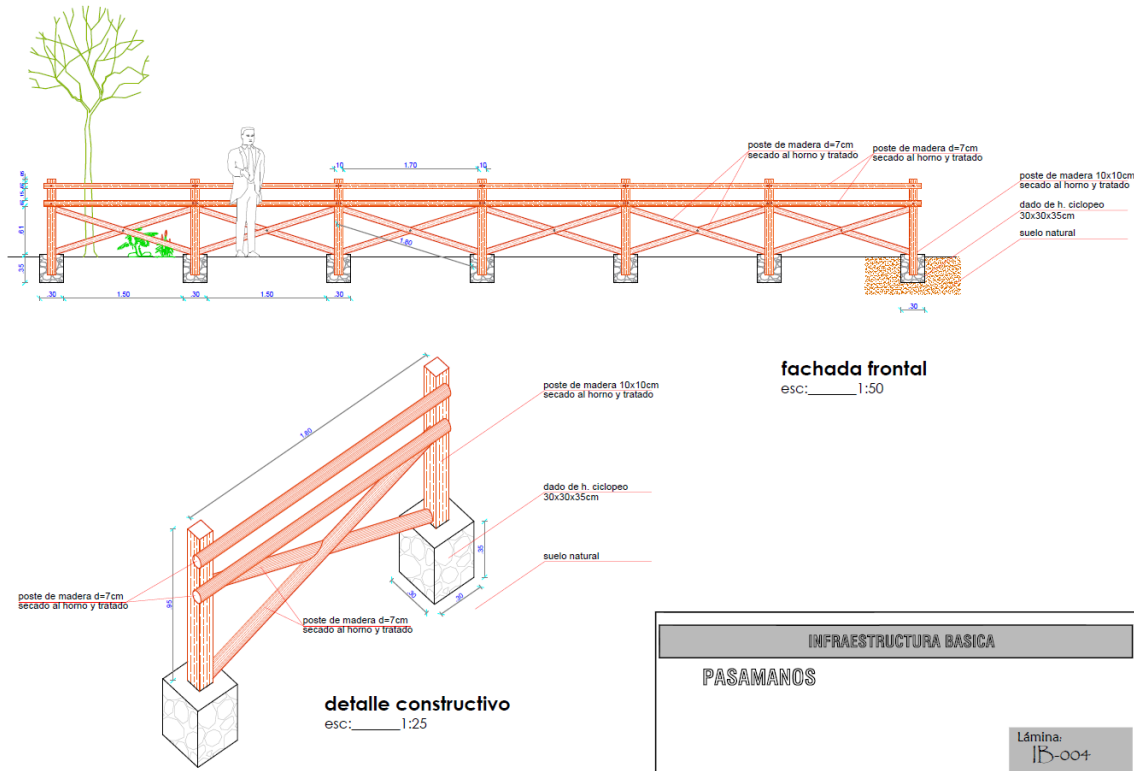
Descripción Constructiva:

El espacio que se requiere para su construcción es de 16 m² (4m2x 4m2) de los cuales para la cimentación de plintos se utilizará Hormigón ciclópeo: HS. 60% y piedra 40%, para cada una de las columnas siendo sus medidas 0.40 m de ancho, 0.40 m de largo y 0.70m de profundidad. Tendrá un contrapiso de 16m² con un ancho de 0,20m. La madera, a utilizar tanto para los plintos, la cubierta (de 2 aguas) y las bancas (2) será de eucalipto secado al horno y tratado y el color a usar será natural.

Fuente: Trabajo de Campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 189. Diseño de pasamanos


Nombre: Pasamanos	Ubicación: Para el paquete N°5 se ubicarán al final de sendero de Huertos frutales.
Propósito: Son implementados para brindar seguridad a los turistas que caminan por zonas riesgosas.	
<p>Diseño.</p>  <p>fachada frontal esc: 1:50</p> <p>detalle constructivo esc: 1:25</p> <div data-bbox="889 1008 1364 1165"><p>INFRAESTRUCTURA BASICA</p><p>PASAMANOS</p><p>Lámina: IB-004</p></div>	
<p>Descripción Constructiva:</p> <p>Los postes de madera de eucalipto secada al horno y tratada serán de 0,10m x 0,10 m; tendrán una distancia de 1,50 de columna a columna las mismas que medirán 1,30m de largo de los cuales se enterraran 0,40m . Desde el nivel del suelo el pasamano tendrá una altura de 0,90m de los cuales se colocará tres tiras de madera de 0,03m x 0,10m con una distancia de 0,35m entre las tiras.</p> <p>El color a usar de la madera será natural tratada y con laca.</p> <p>Fuente: Trabajo de Campo, 2016</p> <p>Realizado por: Paúl Gualpa</p>	

b. Diseño de Señalética

El sistema de señalética turística servirá para interpretar, direccionar y restringir en algunos casos a los visitantes, así como interpretar los sitios de visita; por lo que se ha hecho necesaria la implementación de los siguientes tipos de señalética turística:

1) Señalética orientativa

Tabla 190. Señalética orientativa

NOMBRE DEL MEDIO ORIENTATIVO	FICHA N°02
Letreros Orientativos	
<p>Función Los letreros orientativos tienen la función de guiar y orientar a los usuarios brindándoles seguridad en el momento de transitar el sendero.</p>	<p>Ubicación:</p> <p>En la parroquia Bayushig se colocará en el monumento a la manzana, otra a 50 m al inicio del sendero de huertos frutales.</p> <p>En la parroquia Guanando se ubicará a 50 m antes de los emprendimientos donde realizan ponchos</p>
MODELO DE EXHIBICIÓN	
	
LEYENDA	
Sendero de huertos frutales 50 m	
Sendero de huertos 100 m	
elaboración de Ponchos 100 m	
DESCRIPCIÓN CONSTRUCTIVA	
<p>Los letreros tendrán una forma de flecha; Se incorporará la simbología turística de acuerdo a la actividad en el caso de las rutas de senderismo acompañado de una breve descripción.</p> <p>Para el cimientto se utilizará Hormigón ciclópeo HS 60% y piedra 40% y será de 0,30 m de largo; 0,30m de ancho y 0.40m de profundidad.</p> <p>La madera a utilizar para la estructura será de eucalipto secado al horno y tratado y será de color natural mientras que los tableros serán de pleivo marino.</p>	

DISEÑO	
<p style="text-align: center;">LETRERO ORIENTATIVO</p> <p style="text-align: center;">fachada frontal esc: _____ 1:50</p>	
MANTENIMIENTO	OBSERVACIONES
Considerando las condiciones climáticas se ha establecido un mantenimiento semestral o según el deterioro que presente.	El color de fondo de los tableros será natural, elijada, sellada y lacada. El tipo de letra será para la información se usará la letra Arial Rounded MT bold.

Fuente: Trabajo de Campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

a) Panel Informativo

Tabla 191. Panel Informativo

NOMBRE: Paneles informativos	FICHA N° 01
<p>Función: Los paneles tienen la finalidad de brindar información básica de los recorridos.</p>	<p>Ubicación: Se ubicarán en el parque central de San Gerardo y en la entrada de la parroquia Cubijíes sitio de donde se intersecta la vía Riobamba – Candelaria con la vía hacia hacia Cubijíes.</p> <p>Para el paquete n° 4 se ubicarán en el casco parroquial de Guanando,</p> <p>Para el paquete N°5 se ubicará en Penipe, en la intersección entre las vías que se dirigen hacia las parroquias La Candelaria y Bayushig.</p> <p>Para el paquete N°3 se ubicarán en el casco parroquial de La Candelaria y en el refugio del nevado Altar.</p>

MODELO PANELES



CONTENIDO

TITULO	LEYENDA
Ruta artesanal de la totora	<p>Un recorrido cultural por la parroquia San Gerardo</p> <p>Sitios de visitar en San Gerardo</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Iglesia de San Gerardo 2. Granjas agrícolas. 3. Tejedores de artesanías echas de totora. 4. Tejedores de canastos hechos de carrizo. 5. Chozas tradicionales. 6. Fábricas de textiles.
Ruta de luces y bandas de pueblo	<p>Un recorrido cultural por la parroquia Cubijes</p> <p>Sitios de visitar en Cubijes</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Iglesia de San Gerónimo 2. Piscina 3. Fábrica de juegos pirotécnicos. 4. Banda Cubijeña. 5. Vista panorámica de Cubijes 6. Pista de Downhill
Ruta de los ponchos	<p>Un recorrido cultural por la parroquia Guanando</p> <p>Sitios de visitar en Guanando</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Iglesia del Señor de la Buena Muerte

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Playas del rio Chambo 3. Granjas agrícolas 4. Ciclo ruta 5. Mirador de los arrayanes
Ruta de las Manzanas	<p>Un recorrido cultural por las parroquia Bayushig.</p> <p>Sitios de visitar en Bayushig</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Iglesia Bayushig 2. Elaboración de las tortillas de maíz echas en piedra 3. Sendero de huertos frutales 4. Elaboración de licor de frutas 5. Mirador hacia el rio Chambo 6. Mirador hacia el Tungurahua
Ruta Nevado El Altar – “Nido de Cóndores”	<p>Visita el Nevado Altar, 12 km de recorrido</p> <p>Sitios de visita en el nevado Altar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rayo Machay 2. Cabañas de hospedaje 3. Valle de los Collanes 4. Bosque de polilepys 5. Bosque de quishuar 6. Laguna amarilla <p>Actividades</p> <p>Caminatas</p> <p>Campamentos</p> <p>Cabalgatas</p> <p>Observación de aves</p> <p>Observación de flora</p> <p>Fotografía</p>
Ruta Nevado El Altar – “Trekking de las lagunas”	<p>Nevado El Altar, conocido también como Capac Urcu, que significa montaña sublime.</p> <p>Posee varios picos que forman su caldera, elementos que le dan el nombre por el parecido que tiene a una iglesia colonial, en su cráter está la laguna amarilla cobijada por un espectacular manto de glaciales colgante.</p> <p>Tiene una altitud de 5319 msnm.</p>
DESCRIPCIÓN CONSTRUCTIVA	
<p>Los letreros tendrán una forma llamativa estarán conformados por dos paneles sujeto con argollas. En la parte superior se plasmará el mapa de recurso a interpretar y una leyenda, mientras que en la parte inferior se colocará información turística de los atractivos más relevantes.</p> <p>Para los cimientos se utilizará Hormigón ciclópeo HS 60% y piedra 40% y medirán 0,30 m de largo; 0,30m de</p>	

MANTENIMIENTO	OBSERVACIONES
Considerando las condiciones se ha establecido un mantenimiento trimestral o según el deterioro que presente	El color de fondo del tablero será natural, lijada, sellada y lacada. La impresión del letrero tendrá fondos referentes a los mensajes que se presentarán El tipo de letra será para la información se usará la letra Arial Rounded MT bold.

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 192. Presupuesto Necesidades de intervención

PRESUPUESTO					
Nº	Descripción	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
1	BASURERO				\$ 869.02
	desbroce y limpieza	m2	3	\$ 1.04	\$ 3.12
	excavacion a mano cimientos y plintos	m3	0,22	\$ 11.58	\$ 2.55
	hormigon ciclopeo 40% piedra f'c=210 kg/cm2	m3	0,22	\$ 97.76	\$ 21.51
	columnas de madera tratada 10x10 cm (provision y montaje)	m	7,88	\$ 6.83	\$ 53.82
	tabla eucalipto 10x2cm en estructura de cubierta	m	6,9	\$ 2.53	\$ 17.46
	tabla de eucalipto 10x1cm en cubierta	m	32	\$ 1.51	\$ 48.32
	basurero cilindrico de acero inoxidable 2 mm (provision y montaje)	u	2	\$ 235.48	\$ 470.96
	lacado 2 manos sellador-laca (incluye desinfectante)	m2	12	\$ 20.94	\$ 251.28
2	SOLEADO				\$ 4261.76
	desbroce y limpieza	m2	25	\$ 1.04	\$ 26.00
	excavacion a mano cimientos y plintos	m3	1,75	\$ 11.58	\$ 20.27
	hormigon ciclopeo 40% piedra f'c=210 kg/cm2	m3	0,07	\$ 97.76	\$ 6.84
	revestimiento de piedra busardeada (mortero 1:3)	m2	2,6	\$ 51.57	\$ 134.08
	contrapiso hormigon simple fc=180kg/cm2 e=0.08cm(inc. piedra bola e=15cm)	m2	16	\$ 12.24	\$ 195.84
	masillado y alisado de pisos	m2	16	\$ 6.48	\$ 103.68
	columnas de madera tratada 10x10 cm (provision y montaje)	m	48	\$ 6.83	\$ 327.84
	vigas de madera tratada 10x15 cm (provision y montaje)	m	25,3	\$ 7.14	\$ 180.64
	vigas de madera tratada 7x15 cm (provision y montaje)	m	26,5	\$ 6.52	\$ 172.78
	TABLA DE EUCALIPTO 15X1.5CM EN	m	230,3	\$ 1.98	\$ 455.99

	CUBIERTA				
	banca de madera inmunizada	U	2	\$ 62.50	\$ 125.00
	lacado 2 manos sellador-laca (incluye desinfectante)	m2	120	\$ 20.94	\$ 2512.80
3	PASAMANO MODULO 3m				\$ 144.01
	desbroce y limpieza	m2	3	\$ 1.04	\$ 3.12
	excavacion a mano cimientos y plintos	m3	0,06	\$ 11.58	\$ 0.69
	hormigon ciclopeo 40% piedra f'c=210 kg/cm2	m3	0,06	\$ 97.76	\$ 5.87
	columnas de madera tratada 10x10 cm (provision y montaje)	m	2,4	\$ 6.83	\$ 16.39
	postes de madera D=7CM	M	12	\$ 2.29	\$ 27.48
	lacado 2 manos sellador-laca (incluye desinfectante)	m2	4,32	\$ 20.94	\$ 90.46
4	LETRERO ORIENTATIVO				\$ 119.35
	desbroce y limpieza	m2	1	\$ 1.04	\$ 1.04
	excavacion a mano cimientos y plintos	m3	0,04	\$ 11.58	\$ 0.46
	hormigon ciclopeo 40% piedra f'c=210 kg/cm2	m3	0,04	\$ 97.76	\$ 3.91
	columnas de madera tratada 10x10 cm (provision y montaje)	m	1,8	\$ 6.83	\$ 12.29
	tablero de pino ensamblado e=2.5cm	m2	0,72	\$ 54.31	\$ 39.10
	lacado 2 manos sellador-laca (incluye desinfectante)	m2	2,45	\$ 20.94	\$ 51.30
	grabado a laser en madera	m2	0,36	\$ 31.25	\$ 11.25
5	PANEL INTERPRETATIVO				\$ 664.60
	desbroce y limpieza	m2	3	\$ 1.04	\$ 3.12
	excavacion de cimientos y plintos	m3	0,14	\$ 6.16	\$ 0.86
	hormigon ciclopeo 40% piedra f'c=210 kg/cm2	m3	0,14	\$ 97.76	\$ 13.69
	columnas de madera tratada 10x10 cm (provision y montaje)	m	6,3	\$ 6.83	\$ 43.03
	tabla eucalipto 10x2cm en estructura de cubierta	m	4,6	\$ 2.53	\$ 11.64
	tabla de eucalipto 10x1cm en cubierta	m	32	\$ 1.51	\$ 48.32
	tablero de pino ensamblado e=2.5cm	m2	1	\$ 54.31	\$ 54.31
	sujetadores de acero inoxidable	u	10	\$ 18.93	\$ 189.30
	lacado 2 manos sellador-laca (incluye desinfectante)	m2	12,85	\$ 20.94	\$ 269.08
	grabado a laser en madera	m2	1	\$ 31.25	\$ 31.25
SUBTOTAL					\$ 6058.74

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 193. Presupuesto Total de Necesidades de Intervención Pública

PRESUPUESTO GENERAL					
ITEM	RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNIT	P.TOTAL
1	BASURERO	GLB	7	\$ 869,02	\$ 6.083,14
2	SOLEADO	GLB	1	\$ 4.261,76	\$ 4.261,76
3	PASAMANO MODULO 3m	MODULO	10	\$ 144,01	\$ 1.440,10
4	LETRERO ORIENTATIVO	GLB	3	\$ 119,35	\$ 358,05
5	PANEL INTERPRETATIVO	GLB	6	\$ 664,60	\$ 3.987,60
SUBTOTAL					\$ 16.130,65
IVA 14%					\$ 2.258,29
TOTAL					\$ 18.388,94

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

7. Estrategias de promoción y publicidad

Las estrategias de promoción y publicidad se estructuraron en base a los elementos del marketing mix (consumidor, costo, conveniencia, comunicación) y al perfil del turista regional.

a. Consumidor (Producto)

1) Estrategia 1. Definición de la imagen turística

a) Branding y posicionamiento

El producto debe poseer una marca que lo identifique, sea llamativa y logre el posicionamiento en el mercado, la misma que logre diferenciarlo del resto, sea fiel a las preferencias del consumidor y motive su adquisición.

b) Slogan

Mancomunidad Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes

“Amalgama de Naturaleza y Cultura”

c) Imagotipo

Los elementos y colores del imagotipo han sido diseñados pensando en el mercado objetivo.

i. Gama Cromática

- ✓ **Café:** Representa la tierra productiva del lugar, es un color masculino, severo y confortable, evoca el otoño y da la impresión de gravedad y equilibrio. Es un color realista por ser el de la tierra. donde se asientan las poblaciones locales.
- ✓ **Naranja:** Representa el entorno en el que se desarrollará el producto turístico, simboliza la alegría de su gente, tranquilidad, confort y seguridad
- ✓ **Blanco:** Representa pureza, originalidad y paz, que se siente en el contacto con la naturaleza.
- ✓ **Azul:** Representa el color del cielo, un color pasivo, sereno y fiel. Es el color de las cualidades espirituales



Figura 78. Imagotipo

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

2) Estrategia 2. Determinar el valor diferencial del producto turístico

El producto turístico se ha diseñado en base a las preferencias del perfil del turista regional quienes se sienten atraídos principalmente por actividades en contacto con la naturaleza lo que permite al producto:

- Establecer la interrelación entre el ser humano y la naturaleza
- Disfrutar e interpretar los distintos atractivos turísticos naturales y culturales
- Presentar establecimientos de servicio turístico de calidad.
- Mostrar a la mancomunidad como una alternativa de visitación.
- Realizar actividades de turismo de naturaleza (caminatas, campamentos, cabalgatas), turismo cultural (visita a talleres artesanales, degustación gastronómica, danzas, juegos pirotécnicos, bandas de pueblo) y agroturismo (involucrar a los visitantes en distintas actividades agrícolas)
- Generar ingresos económicos adicionales para las personas que viven los territorios que conforman la mancomunidad.

3) Estrategia 3. Estructuración de paquetes turísticos de acuerdo a las preferencias de la demanda

Se han estructurado siete paquetes turísticos en base a las preferencias de la demanda potencial, resaltando el Nevado El Altar como atractivo focal, enfocados principalmente en el ecoturismo:

Tabla 194. Paquetes turísticos

Nº	NOMBRE DE PAQUETE	TIEMPO DE DURACIÓN	ESTILO	PRECIO
1	“Altar – Nido del Condor”	2 día	Caminata	De 5 a 9 pax \$ 124,87 De 10 a más pax \$ 109,54
2	“Altar – Trekking de las lagunas”	2 días	Caminata	De 5 a 9 pax \$ 179,31 De 10 a más pax \$ 144,04
3	“San Gerardo Ruta de la totora”	1 día	Caminata	De 5 a 9 pax \$ 31,43 De 10 a más pax \$ 27,60
4	“Cubijies Ruta de luces y bandas de pueblo”	2 días	Caminata	De 5 a 9 pax \$ 31,43 De 10 a más pax \$ 27,60
5	“Guanando ruta de los ponchos”	2 días	Caminata	De 5 a 9 pax \$ 32,20 De 10 a más pax \$ 28,37
6	“Bayushig Ruta de las Manzanas”	2 días	Caminata	De 5 a 9 pax \$ 32,97 De 10 a más pax \$ 29,13
7	Duatlon “Mirador de los Volcanes”	2 días	Ciclismo/Carrera	Individual: \$40,00 Parejas: \$80,00

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

4) Estrategia N° 04. Programa de capacitación en turismo para el fortalecimiento del talento humano

Con la finalidad de brindar un servicio de calidad se debe ejecutar un programa de capacitación con distintos proyectos el mismo que servirá para elevar el conocimiento del turismo y la prestación de servicios turísticos en los involucrados directos con la operación del producto.

Tabla 195. Programa de capacitación para prestadores de servicio turístico

Objetivo: Desarrollar habilidades y destrezas en el personal que trabaja en los distintos establecimientos turísticos de la mancomunidad para incrementar la calidad en la prestación de servicios.		Audiencia: Personas que trabajan en los distintos establecimientos considerados en el producto turístico.	
Proyecto 01			
Área de capacitación: Hospedaje		Título: Servicio de hospedaje	Número de talleres: 4 talleres de 8 horas. 2 teóricos y 2 prácticos
Objetivo: Desarrollar conocimientos y habilidades en el personal que trabaja en albergues, haciendas, refugios, cabañas y familias que prestar servicios de hospedaje comunitario para un desempeño eficaz en el área de hospedaje.			
Contenido de Aprendizaje	Estrategias metodológicas	Recursos Didácticos	Evaluación
<ul style="list-style-type: none">• Recepción• Atención de huéspedes• Normas de conducta del /la recepcionista• Revisión de reservaciones• Cuidados de la apariencia del personal• Uso y cuidado de materiales y equipos• Herramientas de limpieza e insumos• Políticas para el área de hospedaje• Habitaciones• Inventarios• Arreglo y limpieza de habitaciones• Entrega de habitaciones	<ul style="list-style-type: none">• Establecer un clima igualitario y de convivencia entre formadores y participantes.• Establecer grupos de trabajo• Entregar recursos y herramientas necesarias• Respetar ritmos de aprendizaje, sin competencia, comparación ni confrontación.• Formulación de preguntas y respuestas• Presentación de distintos ejemplos para la discusión manifestaciones de los grupos respecto al caso• Realizar retroalimentaciones• Presentar exposiciones teórico prácticas tanto por	<ul style="list-style-type: none">• Información impresa• Información digital (Diapositivas, videos, fotografías)• Estudios de caso• Facilitador.	<ul style="list-style-type: none">• Evaluación de asistencia• Evaluaciones Grupales: exposiciones al término de cada taller. Entrega de tareas.• Evaluaciones• Individuales: rendición de• pruebas orales y escritas, entrega de tareas

<ul style="list-style-type: none">• Revisión de habitaciones después de prestado el servicio• Evaluación del servicio por parte de los huéspedes.	<ul style="list-style-type: none">• facilitadores como participantes.• Realizar actividades de entretenimiento afines al tema a tratar		
Proyecto 02			
Área de capacitación: Alimentación	Título: Fortalecimiento de la gastronomía tradicional	Número de talleres: 4 talleres de 8 horas. 2 teóricos y 2 prácticos	
Objetivo: Desarrollar conocimientos y habilidades en el personal que trabaja en restaurantes y paraderos para un desempeño eficaz en el área de alimentación.			
Contenido de Aprendizaje	Estrategias metodológicas	Recursos Didácticos	Evaluación
<ul style="list-style-type: none">• Alimentos• Tipos de alimentos• Higiene de los alimentos• Contaminación de alimentos• Tipos de contaminación• Manipulador de alimentos• Asepsia del manipulador• Higiene para manipular de alimentos• Desinfección del espacio físico (antes, durante y después del servicio)• Desinfección utensilios (antes y después del servicio)• Desinfección de alimentos• Almacenamiento de productos de limpieza• Almacenamiento de alimentos y restantes.• Atención al cliente y	<ul style="list-style-type: none">• Establecer un clima igualitario y de convivencia entre formadores y participantes.• Establecer grupos de trabajo• Entregar recursos y herramientas necesarias• Respetar ritmos de aprendizaje, sin competencia, comparación ni confrontación.• Formulación de preguntas y respuestas• Presentación de distintos ejemplos para la discusión manifestaciones de los grupos respecto al caso• Realizar retroalimentaciones.• Presentar exposiciones teórico prácticas tanto por facilitadores como participantes.• Realizar actividades	<ul style="list-style-type: none">• Información impresa• Información digital (Diapositivas, videos, fotografías)• Facilitador.	<ul style="list-style-type: none">• Evaluación de asistencia• Evaluaciones Grupales: Exposiciones al término de cada taller. Entrega de tareas.• Evaluaciones Individuales: rendición de pruebas orales y escritas, entrega de tareas

presentación de alimentos. <ul style="list-style-type: none">• Atención a comensales• Normas de comportamiento• Ética del personal• Estilo para servir platillos• Montaje de mesas• Mantenimiento de lencería y menaje• Métodos de evaluación del servicio	de entretenimiento afines al tema a tratar		
Proyecto 03			
Área de capacitación: Gestión	Título: Administración de establecimientos turísticos	Número de talleres: 4 talleres de 8 horas. 2 teóricos y 2 prácticos	
Objetivo: Incrementar el conocimiento en el área administrativa de los establecimientos turísticos			
Contenido de Aprendizaje	Estrategias metodológicas	Recursos Didácticos	Evaluación
<ul style="list-style-type: none">• Turismo local• Realidad turística local• Empresas y emprendimientos turísticos• Como dar a conocer la empresa turística• Administración• Administración de empresas turísticas• Planificación, dirección y organización administrativa para empresas turísticas• Procesos administrativos• Control y seguimiento de procesos (registros, inventarios, contratos, códigos, etc.)	<ul style="list-style-type: none">• Establecer un clima igualitario y de convivencia entre formadores y participantes.• Establecer grupos de trabajo• Entregar recursos y herramientas necesarias• Respetar ritmos de aprendizaje, sin competencia, comparación ni confrontación.• Formulación de preguntas y respuestas• Presentación de distintos ejemplos para la discusión manifestaciones de los grupos respecto al caso	<ul style="list-style-type: none">• Información impresa• Información digital (Diapositivas, videos, fotografías)• Facilitador.	<ul style="list-style-type: none">• Evaluación de asistencia• Evaluaciones Grupales: Exposiciones al término de cada taller. Entrega de tareas.• Evaluaciones Individuales: rendición de pruebas orales y escritas, entrega de tareas

<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de procesos contables y estados financieros • Programas informáticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar retroalimentaciones. • Presentar exposiciones teórico prácticas tanto por facilitadores como participantes. • Realizar actividades de entretenimiento afines al tema a tratar 		
Materiales de oficina: Resmas de hojas papel bond A4, marcadores, papelógrafos, lápices, esferos, borradores, carpetas, CDS.		Equipos: Computador portátil, impresora, proyector multimedia, memoria rápida (flash memory).	

Fuente: Trabajo de campo, 2016.

Realizado por: Paúl Gualpa.

Tabla 196. Presupuesto programa de capacitación para prestadores de servicio turístico

RECURSOS	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MATERIALES DE OFICINA				
Papelógrafos	U	150	\$ 0,15	\$ 22,50
Lápiz	U	75	\$ 0,20	\$ 15,00
Borrador	U	75	\$ 0,10	\$ 7,50
Marcador	U	50	\$ 0,45	\$ 22,50
esferográfico	U	75	\$ 0,26	\$ 19,50
Carpeta	U	75	\$ 0,20	\$ 15,00
cds	U	75	\$ 0,25	\$ 18,75
Hojas de papel	resma	6	\$ 3,40	\$ 20,40
Subtotal				\$ 141,15
RECURSOS HUMANOS				
Técnico	U	3	\$ 600,00	\$ 1.800,00
Subtotal				\$ 1.800,00
EQUIPOS				
Se trabajará con equipos propios, computadora, cámara digital, proyector e impresora.				
LOGÍSTICA				
Alimentación	Día	300	\$ 2,50	\$ 750,00
Transporte	U	24	\$ 0,70	\$ 16,80
Subtotal				\$ 766,80
TOTAL ANTES DE IMPREVISTOS				\$ 2.707,95
Imprevistos 10%				\$ 270,80
TOTAL				\$ 2.978,75

Fuente: Trabajo de campo, 2016.

Realizado por: Paúl Gualpa.

b. Costo (Precio)**1) Estrategia 1. Política de cobro, formas de pago y devoluciones**

- Las reservaciones realizadas con 2 o más meses de anticipación tendrán un 5% de descuento.
- Las reservaciones realizadas con 2 o más meses de anticipación para grupos de más de 10 pax tendrán un 6% de descuento.
- Para poder realizar reservaciones el cliente deberá hacer un deposito del 50% inicialmente y los otros 50% hasta 2 días antes de la utilización de los servicios.
- Los pagos para las reservaciones se podrán realizar mediante depósito o en efectivo.
- El depósito se lo realizara únicamente en la cuenta bancaria de la empresa pública turística “Mirador de los Volcanes” de la Mancomunidad.

- El paquete que fuere cancelado hasta con 2 semanas de anticipación se le devolverá el efectivo con un porcentaje de retención por gastos del servicio del 15%.
- El paquete que no fuere cancelado hasta con 2 semanas de anticipación se le devolverá el efectivo con un porcentaje de retención por gastos del servicio del 30%.
- Todos los servicios ofrecidos en los paquetes que por circunstancias de la naturaleza como el clima no admitirán devoluciones.

2) Estrategia 2. Actualización de precios

Es necesario actualizar los precios que los gestores ofrecerán a las distintas empresas o emprendimientos a nivel local o nacional de manera continua, por la condicionante clima y temporalidad por lo cual se sugiere utilizar la siguiente tabla de precios.

Tabla 197. Actualización de precios

La Candelaria		
COSTOS	RANGOS DE PAX	
COSTOS GENERALES	5	10
Transporte	60	100
Guía	80	80
Cocina	10	20
Mulas	40	80
Arriero	40	80
Total de costos generales	46	36
COSTOS INDIVIDUALES		
Desayuno	5	5
Box Lunch	8	8
Cena	8	8
Hospedaje	13,44	13,44
Sleeping	1	1
Total de costos individuales	35,44	35,44
TOTAL DE COSTOS	81,44	71,44
Gastos administrativos (10%)	8,144	7,144
Gastos de publicidad (5%)	4,072	3,572
TOTAL DE COSTOS + GASTOS	93,66	82,16
Margen de Utilidad (25%)	31,22	27,39
PRECIO NETO	124,87	109,54

Fuente: Trabajo de campo, 2016.

Realizado por: Paúl Gualpa.

3) Estrategia 3. Alianzas estratégicas con los propietarios de los establecimientos turísticos incluidos en el producto turístico

Para el desarrollo correcto de las diferentes actividades de cada uno de los paquetes ofertados se hace necesario realizar distintas alianzas estratégicas y establecer acuerdos con los propietarios de los establecimientos incluidos en el producto en temas relacionados a: precios, gratuidades y comisiones de venta para la operación turística.

4) Estrategia 4. Elaboración de tarifarios

Las tarifas han sido realizadas en base a la competencia, estudio de la demanda, y análisis de costos para que sean accesibles en el mercado y generen ingresos rentables.

Tabla 198. Tarifarios

PRODUCTO	PRECIO		INCLUYE
	5-9Pax	10-15 Pax	
Paquete 1: “Altar – Nido del Condor”	\$ 125	\$ 110	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2 Desayuno ✓ 2 Box lunch ✓ 2 Cena ✓ Hospedaje ✓ Guianza nativa ✓ Transporte (Riobamba –La Candelaria- Riobamba) ✓ Sleeping bag ✓ Mulas para traslado de equipos
Paquete 2: “Altar – Trekking de las lagunas”	\$ 179	\$ 144	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 3 Desayuno ✓ 3 Box lunch ✓ 3 Cena ✓ Hospedaje ✓ Guianza nativa ✓ Transporte (Riobamba –Quimiag - Bocatoma- Candelaria - Riobamba) ✓ Sleeping bag ✓ Carpa ✓ Mulas para traslado de equipos
Paquete 3: “San Gerardo Ruta de la totora”	\$ 31	\$ 28	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 1 Desayuno ✓ 1 Almuerzo ✓ Guianza nativa ✓ Transporte (Riobamba – San Gerardo-

			Riobamba) ✓ Visita a emprendimientos
Paquete 4: “Cubijíes Ruta de luces y bandas de pueblo”	\$ 31	\$ 28	✓ 1 Desayuno ✓ 1 Almuerzo ✓ Guianza nativa ✓ Transporte (Riobamba – Cubijíes- Riobamba) ✓ Visita a emprendimientos
Paquete 5: “Guanando ruta de los ponchos”	\$ 32	\$ 28	✓ 1 Desayuno ✓ 1 Almuerzo ✓ Guianza nativa ✓ Transporte (Riobamba – Guanando- Riobamba) ✓ Visita a emprendimientos
Paquete 6: “ Bayushig Ruta de las Manzanas”	\$ 33	\$ 29	✓ 1 Desayuno ✓ 1 Almuerzo ✓ Guianza nativa ✓ Transporte (Riobamba – Bayushig- Riobamba) ✓ Visita a emprendimientos
Paquete 7: Duatlon “Mirador de los Volcanes”	INDIV	PAREJAS	✓ 2 Ticket de refrigerio ✓ 2 Tickets de almuerzo ✓ Placa ✓ Camiseta
	IDUAL \$40,00	\$80,00	

Fuente: Trabajo de campo, 2016.

Elaborado por: Paúl Gualpa

c. Conveniencia (Plaza)

1) Estrategia 1. Plan de comercialización

Con el análisis del perfil del turista se definen canales de distribución directa e indirecta lo que contribuye a crear una imagen del producto y conseguir el posicionamiento turístico dentro de los segmentos de mercado interno y externo.

Tabla 199. Plan de comercialización

OBJETIVO: Incrementar la demanda nacional e internacional para el producto turístico.			
CANAL	TÁCTICA	POLÍTICA DE FUNCIONAMIENTO	TARGET
DIRECTO	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación y promoción del producto desde las oficinas de las juntas parroquiales que conforman la Mancomunidad a los turistas que visitan el territorio. • Presentación de los productos en las oficinas de la Mancomunidad y la empresa pública a los turistas de la ciudad de Riobamba a manera de centros de información turística. • Presentación del producto en ferias de turismo y eventos de turismo local y nacional • Visita a empresas turísticas, y entidades públicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Contacto directo entre actor turístico y consumidor del producto turístico. • Facilitar información llamativa del producto y servicios que se ofertan • Disponer de material publicitario • Concretar y dar seguimiento a la venta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Turistas nacionales provenientes principalmente de las ciudades de • Puyo, Ambato y Riobamba. • Estudiantes universitarios y empleados de empresas públicas y privadas.
INDIRECTO	<ul style="list-style-type: none"> • Alianzas estratégicas con agencias de viajes o tour operadoras locales y nacionales´ • Alianzas estratégicas con hoteles locales y nacionales • Alianzas estratégicas con unidades de turismo cantonales locales y nacionales • Alianzas interinstitucionales con entidades públicas (MINTUR, MAE, MUNICIPIO, CONAGOPARE) 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear convenio que beneficien a las partes involucradas • Elaborar acuerdos comerciales: formas de pago, comisiones, descuentos etc. • Entregar material publicitario digital e impreso 	<ul style="list-style-type: none"> • Agencias y tour operadoras locales y nacionales • Gerentes y accionistas de empresas privadas • Autoridades de entidades públicas.

		<ul style="list-style-type: none">• Participar de manera activa con los distintos organismos públicos y privados vinculados al turismo de la zona.	
--	--	--	--

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Relizado por: Paúl Gualpa.

2) Estrategia 2. Alianzas estratégicas con agencias de viajes, tour operadoras y hoteles.

Es necesario realizar alianzas con las agencias de viajes, tour operadoras y hoteles de la ciudad de Riobamba, que se encuentren en vigencia, para ofertar el producto, comercializarlo y pueda posicionarse en el mercado por lo cual se han considerado las siguientes:

Tabla 200. Agencias de viaje y tour operadoras de la ciudad de Riobamba

AGENCIA DE VIAJE O TOUR OPERADORA	TIPO DE TURISMO	DIRECCIÓN
Alta Montaña	Turismo de aventura	Av. Daniel León Borja 35-17 y Uruguay
Ecuador Eco Adventures	Turismo general	Ciudadela Politécnica, Calle Viena N.5 Entre Varsovia y Roma
IncañanTourism	Turismo general	Uruguay y Av. Daniel León Borja
Expediciones Andinas	Turismo de aventura	Las Abras, km 3 vía a Guano
PuruhaRazurku	Turismo comunitario	Av. Sesquicentenario y Miguel Ángel Jijón.
Rio tour travel	Turismo general	Veloz y Magdalena Dávalos
Andes trek	Turismo de aventura	Colón entre 10 de Agosto y Primera Constituyente
Majestouring	Turismo general	10 de agosto 18-69 y Carabobo
Rumbotravel	Turismo general	Av. Daniel León Borja y Eplicachima
Inti express	Turismo Cultural y General	Primera Constituyente y Juan de Lavalle
Diamante Tours		Veloz y García Moreno.
Chimborazo travel	Turismo de Aventura	España y Veloz
Julio Verne	Turismo de Aventura	Pasaje El Espectador y Av. Daniel León Borja.

Fuente: Catastro MINTUR 2014

Elaborado por: Paúl Gualpa

d. Comunicación (Promoción)

1) Estrategia 1. Promoción en la web y redes sociales

a) Diseño de página Web

Se diseñará una página web en la cual se ofertarán los atractivos, actividades y servicios del producto turístico, la cual tendrá actualizaciones periódicas, cuya información además será incorporada en páginas del Ministerio de Turismo, revistas digitales y redes sociales para publicitar de manera gratuita o pagada.

El dominio de la página web será [www. Mirador de los volcanes.org](http://www.Mirador de los volcanes.org)

El diseño tuvo un costo de \$350,00 mientras que el costo de dominio y alojamiento es de \$50,00 anual.



Figura 79. Diseño página Web - Home

Fuente: Elaborado por: Paúl Gualpa

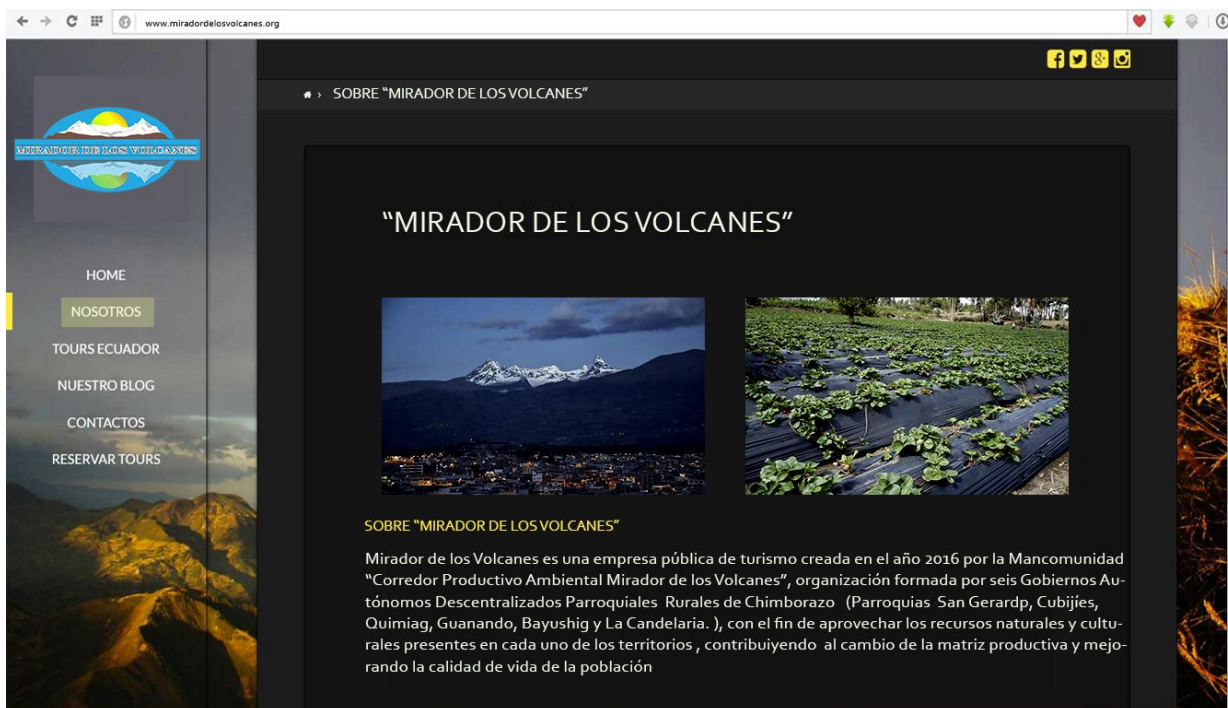


Figura 80. Diseño página Web- Nosotros

Fuente: Elaborado por: Paúl Gualpa

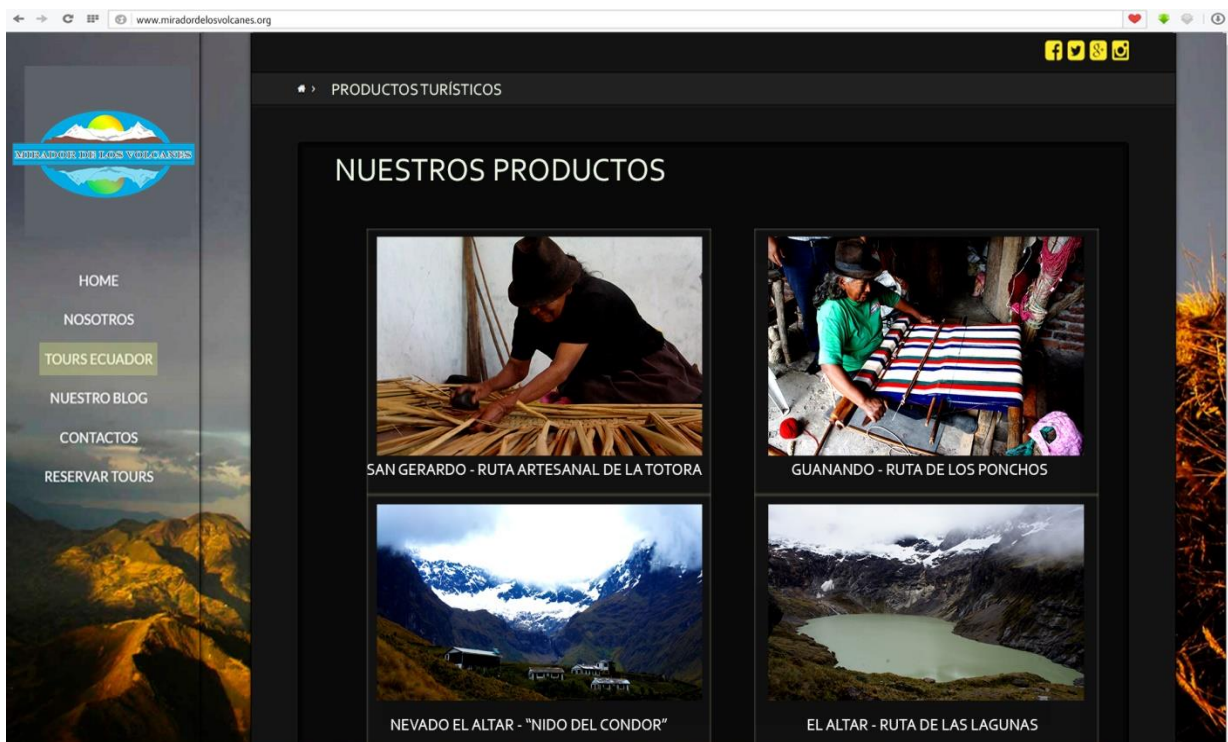


Figura 81. Diseño página Web- Productos

Fuente: Elaborado por: Paúl Gualpa

b) Diseño de página en Facebook

Facebook en el año 2016 alcanzó los 1.590 millones de usuarios activos, Estados Unidos a nivel mundial ocupa en primer lugar con alrededor 200 millones de usuarios, Alemania 30 millones y Argentina 28 millones, considerando a Facebook como la primera red social consolidada en los canales de interacción y sobre todo el ámbito publicitario.

Ecuador cuenta con una audiencia de 8.900.000 de usuarios, de los cuales 1'400.000 son administradores de páginas Facebook, muchas de las cuales pertenecen a marcas, emprendimientos e intereses comunes de grupos de usuarios, las ciudades con mayor número de usuarios esta Guayaquil con 2.700.00, Quito 2.400.00, Ambato 410.000 y Cuenca con 390.000.

La utilización de las redes sociales serán estrategias consolidadas para la promoción y publicidad del producto turístico y una herramienta digital valiosa según como lo demuestran las estadísticas a nivel mundial y nacional.

i. Empresa Facebook



Figura 82. Plataforma de página de Facebook

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

Se elaboró una página social para empresas donde los beneficios son amplios sobre todos en el ámbito de publicidad del producto, estadísticas diarias de tu público objetivo y sobre todo poder ordenar una cuenta de anuncios pagados, en este caso promocionar y atraer al público a la página web utilizando Facebook intermediario como estrategia.

ii. Campaña publicitaria en Facebook

Los objetivos de la campaña es llegar a las personas adecuadas, los anuncios se diseñarán para obtener la mejor respuesta posible de las personas que se interesen en el producto turístico, aumentar el número de visitantes al sitio web. Esto creará un administrador de anuncios por un precio acordado con el sitio, para la creación de la campaña se recurrirá al perfil de los turistas de acuerdo al resultado del estudio de mercado.

Tabla 201. Campaña de anuncio en Facebook

PASOS	OBJETIVO	DESARROLLO
Campaña	Atraer a personas al sitio web	www.miradordelosvolcanes.org
Cuenta publicitaria	Registrar la cuenta	País, divisa y zona horaria.
Conjunto de anuncios	Definir al público objetivo	Segmentación: <u>Nacional</u> : Quito, Guayaquil, Cuenca, Pastaza y Ambato. <u>Edad</u> : 18 – 50 años <u>Idioma</u> : Español <u>Interés</u> : Turismo cultural, Turismo de naturaleza, aventura y gastronomía.
	Definir el presupuesto para la campaña publicitaria	Para iniciar la empresa se presupuestó pagar \$ 100,00 mensuales. Es decir que por un cada clic que el público realice le estaremos pagando a Facebook \$0,10, eso quiere decir que cada mes nuestro anuncio llegará a 1000 personas.

<p>Anuncio</p>	<p>Crear la imagen del anuncio</p>	<p>Seleccionar una imagen de acuerdo al producto turístico elaborado destacando el mensaje que se quiera transmitir y sobre todo el enlace con la página web oficial www.miradordelosvolcanes.org, para el público objetivo puede interactuar directamente con la empresa y poder hacer uso del producto.</p>
----------------	------------------------------------	---

Fuente: Trabajo de campo

Realizado por: Christian Peláez

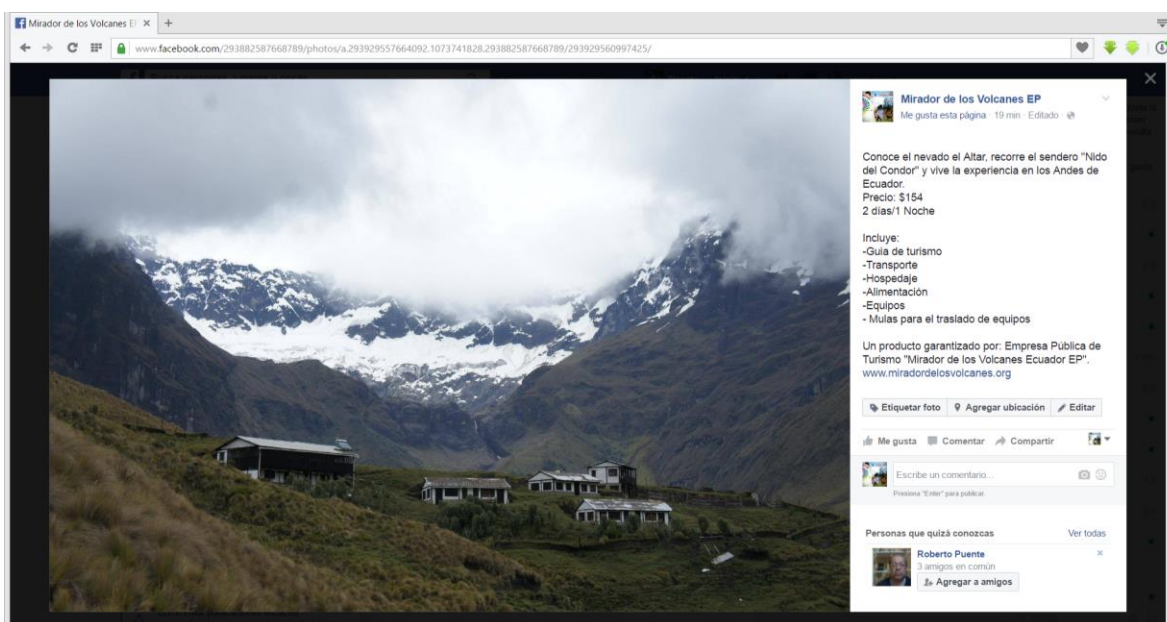


Figura 83. Anuncio publicitario en facebook

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

[illegible]

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

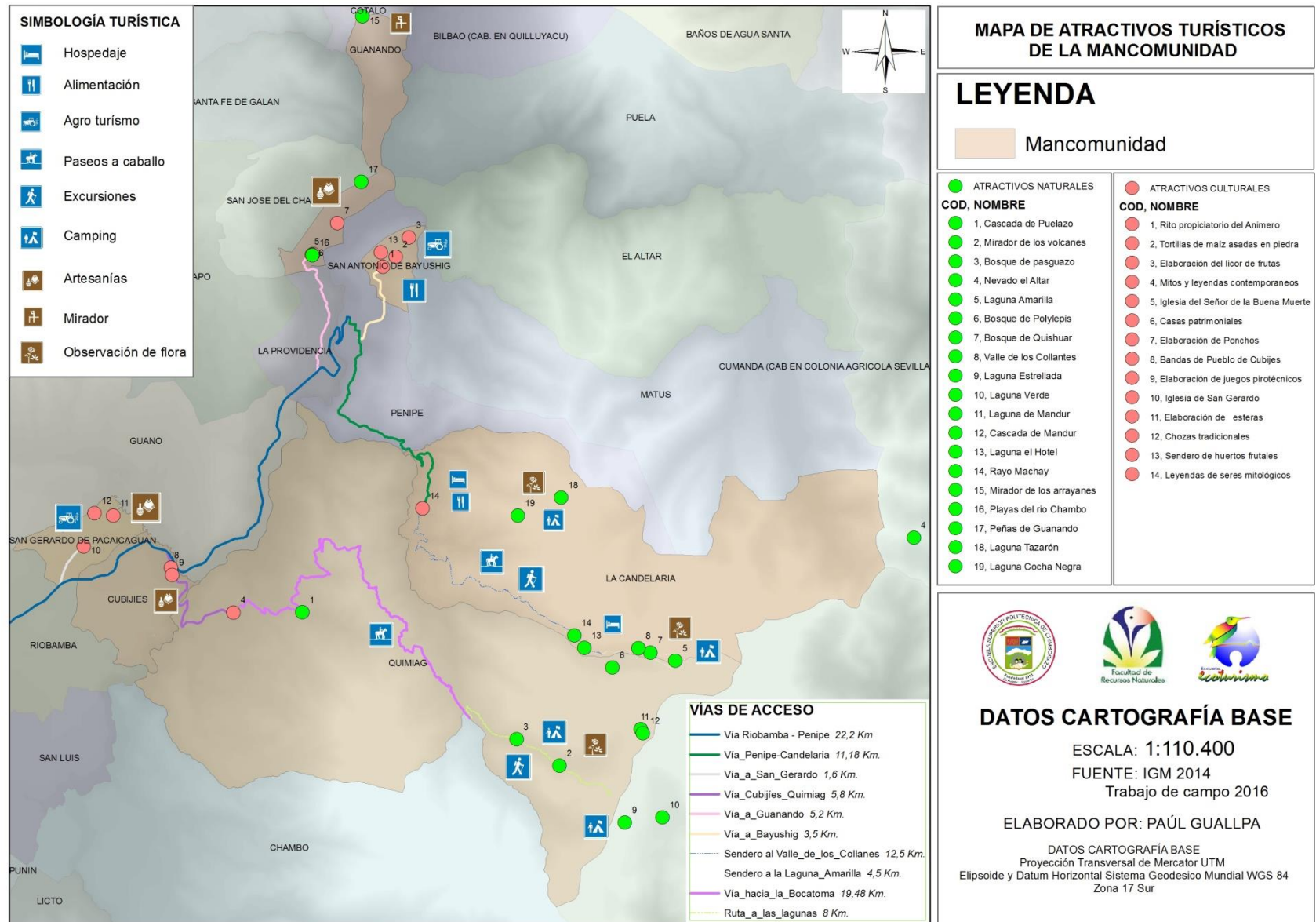


Figura 85. Reverso del folleto desplegable

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 202. Presupuesto Marketing mix

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
CONSUMIDOR (PRODUCTO)				
Diseño de imagenotipo	u	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Subtotal				\$ 50,00
COSTO (PRECIO)				
Sin Rubros	u	0	\$ -	\$ -
Subtotal				\$ -
CONVENIENCIA (PLAZA)				
Sin Rubros	u	0	\$ -	\$ -
Subtotal				\$ -
COMUNICACIÓN (PROMOCIÓN)				
Diseño de página web	u	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Dominio de página web	u	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Diseño de Plegable	u	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Impresión del Plegable	u	3000	\$ 0,36	\$ 1.080,00
Anuncios en facebook	u	12000	\$ 0,10	\$ 1.200,00
Subtotal				\$ 2.730,00
TOTAL				\$ 2780,00

Fuente: Trabajo de campo, 2016.

Realizado por: Paúl Gualpa

D. VIABILIDAD AMBIENTAL PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”.

1. Matriz de Lázaro Lagos

Con la utilización de la matriz causa – efecto de Lázaro Lagos se pretende predecir los posibles impactos que se producirían por la implementación del producto turístico en la mancomunidad, analizar las acciones que pudieran causar impactos en los componentes agua, aire, suelo, flora, fauna, socio – económico y paisaje.

Para confrontar los impactos que se generan frente a las acciones que perturban a los componentes ambientales, se marcó con signo (+) o (-) según la naturaleza de afectación para ir relacionando los impactos con las acciones. Una vez llenadas las cuadrillas se asignó valores de acuerdo al criterio de evaluación establecido.

Tabla 203. Matriz causa – efecto

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES											IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Guianza turística	2. Implementación de señalética	3. Implementación de infraestructura turística	4. Mejoramiento de senderos	5. Observación de Flora y fauna	6. Competencia modalidad ciclismo	7. Competencia modalidad carrera	8. Participación en actividades productivas	9. Participación en actividades culturales	10. Operación turística	11. Promoción turística		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
AIRE									x	x		Aumento de gases contaminantes por la presencia de vehículos motorizados	(-)	1	1	D	A c	1	1	C	N	3
SUELO	x	x	x	x			x					Compactación del suelo	(-)	2	1	C	A c	2	2	C	S	6
			x			x	x	x	x	x		Contaminación por desechos inorgánicos	(-)	1	2	D	Sc	1	1	C	S	4
		x	x	x						x		Mejoramiento de vías de acceso para los atractivos	(+)	2	3	C	Pr	2	4	M	S	12
								x		x		Incremento del consumo de agua en establecimientos turísticos	(-)	2	2	C	Sc	1	1	M	N	6
AGUA			x				x			x		Incremento en la generación de aguas servidas	(-)	2	2	C	Sc	1	4	M	N	9

				x				x				Conservación de fuentes de agua	(+)	1	3	D	Sc	1	4	L	S	8
FLORA Y FAUNA					x					x		Extracción y tráfico de especies	(-)	1	3	I	Sc	2	1	C	S	6
	x		x		x		x	x		x		Perturbación de especies por ruido	(-)	1	2	D	Pr	1	1	C	S	4
			x	x								Fragmentación del hábitat de la fauna	(-)	1	3	D	A c	2	4	M	N	9
	x	x				x	x	x	x	x	x	Concientización sobre la importancia de mantener la identidad cultural	(+)	3	3	C	Pr	1	2	M	S	12
SOCIO - ECONÓMICO	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Concientización sobre la importancia de conservar la flora y fauna	(+)	3	3	C	Pr	1	2	M	S	12
	x					x	x	x	x	x		Concientización para el cuidado de escenarios en los pobladores	(+)	3	3	C	Pr	1	2	M	S	12
	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	Creación de fuentes de empleo	(+)	3	3	C	Pr	1	2	C	S	12
			x					x	x	x		Mejoramiento de la calidad de vida	(+)	2	3	D	Sc	1	2	L	S	9
	x					x	x	x	x	x	x	Intercambio cultural	(+)	2	3	C	Pr	1	1	C	S	8
	x			x						x		Conservación de escenarios	(+)	2	3	D	Sc	1	2	L	S	9
PAISAJE			x	x			x	x	x	x		Alteración del paisaje por desechos inorgánicos	(-)	2	2	D	Sc	1	1	C	S	6
	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	Diversificación del potencial turístico	(+)	3	2	C	Sc	1	2	M	S	9

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 204. Matriz de cuantificación de impactos ambientales

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES											TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11			
AIRE									3	3		6	0	6
SUELO	-6	-6 12	-10 12	-6 12		-4	-10	-4	-4	-4 12		48	-54	-6
AGUA			-9	8				-15 8		-15		16	-39	-23
FLORA Y FAUNA	-4		-13	-9	-10		-4	-4		-10		0	-54	-54
SOCIO ECONÓMICO	56	36	33	24	12	56	56	65	65	65	44	512	0	512
PAISAJE	18	9	-6 9	-6 18		9	-6 9	-6 9	-6 9	-6 18	9	117	-36	81
TOTAL (+)	74	57	54	62	12	65	65	82	77	98	53	699		
TOTAL (-)	-10	-6	-38	-21	-10	-4	-20	-29	-10	-35	0		-183	
TOTAL	64	51	16	41	2	61	45	53	67	63	53			516

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

2. Análisis de la Matriz de Lázaro Lagos

Identificando que los impactos positivos son mayores (699) que los negativos (183) se determina que la implementación de los productos turísticos en la Mancomunidad Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes no causará impactos ambientales de gran magnitud, ya que las actividades propuestas para el desarrollo del proyecto incentivan un turismo responsable.

Los impactos positivos son altos y se reflejan en los componentes socio económico (512) y paisaje (117), ya que las actividades turísticas van enfocadas primordialmente en el crecimiento económico de las parroquias que conforman la mancomunidad mediante el aprovechamiento sostenible de recursos, desarrollando actividades tales como: operación turística (98), participación en actividades productivas (82), participación en actividades culturales (77) y guianza turística (74); lo que generaría la conservación de flora, fauna, escenarios paisajísticos e identidad cultural, diversificando el potencial turístico de la zona.

Sin embargo con la implementación del producto turístico los componentes que resultan más afectados por impactos negativos son flora y fauna (-54) y Suelo (-54) principalmente por la implementación de infraestructuras (-38), operación turística (-35) y la participación en actividades productivas (-29).

En los componentes agua y aire la afectación de impactos es mínima pero siempre se los debe considerar en el momento de desarrollar las actividades turísticas en las parroquias ya que si esta no es realizada responsablemente el impacto podría pasar de mínimo a alto.

3. Acciones para reducir impactos

- a) Para evitar la extracción y tráfico de especies de flora y fauna se debe dar las instrucciones y advertencias respectivas sobre la importancia de conservar tales elementos y el perjuicio que causan en la naturaleza antes de realizar los recorridos hacia los atractivos naturales. Además se deben realizar monitoreos periódicos en los sitios donde se desarrollará la actividad turística para verificar el estado de conservación de las especies de flora y fauna.

- b) Para evitar la perturbación de especies principalmente de avifauna se debe seguir la norma de no hacer ruido durante la estancia en los sitios de mayor avistamientos de estas especies y evitar el transito con transportes que generen fuertes ruidos es decir de preferencia se debe caminar en los recorridos.
- c) Para reducir la fragmentación del hábitat se utilizarán los senderos existentes, a los senderos se les dará mantenimiento para evitar un mayor impacto en las especies que habitan en las zonas donde se desarrollan las actividades turísticas. Incentivando de igual manera a los turistas a seguir las normas de conducta mediante la implementación de señalética restrictiva y orientativa
- d) Para reducir la compactación del suelo se debe realizar un estudio de capacidad aceptable de visitantes para determinar cuántas personas pueden estar en un sitio en el mismo momento, y evitar principalmente en el invierno el uso de vehículos y caballos ya que por las lluvias frecuentes la tierra se suelta y por ende se puede generar mayor hundimientos en el lodo y por ende más compactación.
- e) Para reducir el impacto que generaría la contaminación del suelo por desechos inorgánicos se indicará a los visitantes que queda terminantemente prohibido botar basura a quienes se les entregará fundas donde pondrán los desperdicios que generen mismos que luego de terminado el recorrido se depositarán en los basureros implementados para la actividad turística los cuales serán vaciados de 2 veces por semana por las personas designadas.

4. Estudio de Capacidad de carga para senderos

Se ha realizado el estudio de capacidad de carga para los senderos que se encuentran en el Parque nacional Sangay, senderos utilizados en los productos turísticos 1 y 2.

5. Parámetros que determinaran la capacidad de carga en senderos

- Objetivos del Parque Nacional Sangay
- Modalidades de turismo permitidas en el Plan de Manejo del PNS
- Características de manejo de grupos dentro del PNS

a. Los objetivos del PNS son:

La educación y capacitación serán los instrumentos prioritarios para ejecutar la actividad turística.
Investigaciones que permitan establecer el desarrollo del eco-turismo

La participación ciudadana participando en actividades turísticas dentro de las áreas protegidas.
La promoción del turismo que contribuirá a la conservación del medio ambiente.
La minimización de impactos ambientales por la realización de actividades turísticas.

b. Modalidades de turismo permitidas

Las modalidades turísticas permitidas en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas Naturales aplicables para el Parque Nacional Sangay son:

Turismo de naturaleza: _Es la modalidad de turismo que se fundamenta en la oferta de atractivos naturales de flora, fauna, geología, geomorfología, climatología, hidrografía entre otros. (SNAP, 2007, pág. 11).

Turismo de aventura: Es la modalidad en la que el contacto con la naturaleza requiere grandes esfuerzos y altos riesgos, tales como: rafting, kayak, regatas en ríos, surf, deportes de vela, rapel, cabalgatas, ciclismo de montaña, espeleología deportiva, montañismo, buceo deportivo, senderismo, caminatas, excursionismo, avistamiento de aves entre otros. (SNAP, 2007).

Investigaciones científicas: _Es aquella modalidad mediante la cual los científicos naturistas pueden realizar investigaciones en ciencias naturales (biología, botánica, zoología, biogeografía, ecología entre otros) en áreas del Sistema Nacional de Áreas Protegidas. (SNAP, 2007, pág. 11).

c. Determinación de la capacidad de carga de los senderos del RVSP

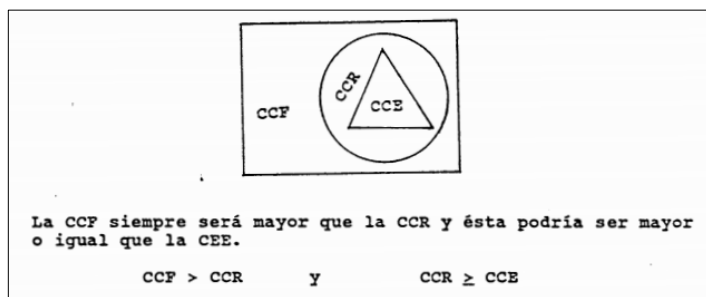


Figura 86. Capacidad de carga

Fuente: (Cifuentes, 2002, pág. 9)

1) Elementos de la capacidad de carga

Tabla 205. Elementos de la capacidad de carga

S = Superficie disponible.
Es la longitud del sendero (metros), o en áreas abiertas, el área disponible (metros cuadrados)
AG = Área de ocupación por grupo.
Se define el área ocupada por un grupo y la distancia entre grupos, se define una distancia mínima de 1000 metros entre grupos.
NV/día = Número de visitas por día
Se divide las horas de visita por el tiempo necesario para recorrer el sendero
Horario de visita (horas/día)
PNS 12 horas 6am hasta 6pm, todo el año.
Tiempo de visita (horas)
Según el sendero.
Superficie disponible (m).
Según el sendero.
Número de visitantes por grupo.
Se ha determinado en el Parque Nacional Sangay un ingreso de 8 a 12 personas en un sendero guiado.
Espacio por persona (metro cuadrado).

Un metro cuadrado por persona para los senderos del PNS.

Tiempo entre grupos (minutos).

Para los senderos del PNS se ha considerado un tiempo mínimo entre grupos de 12 minutos.

CM: Capacidad de manejo: El cálculo del factor de corrección para la capacidad de manejo fue calificada a través de múltiples componentes. Cada uno de los componentes califica criterios (cantidad, estado, localización y funcionalidad).

Excepto los componentes de la variable personal que sólo se califica según su cantidad.

Cada criterio recibió un valor según la siguiente escala:

PORCENTAJE	VALOR	CALIFICACIÓN
≤ 35	0	Insatisfactorio
36 – 50	1	Poco satisfactorio
51 – 75	2	Medianamente satisfactorio
76 – 89	3	Satisfactorio
≥ 90	4	Muy satisfactorio

Fuente: Miguel Cifuentes, (1999).

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

2) Distancia mínima entre grupos.

Para los senderos del PNS se ha estimado que entre grupos debe existir una distancia mínima de entre 1000 metros.

Plan Manejo del ONS, 2008

Tabla 206. Fórmulas para el cálculo de la capacidad de carga física en senderos del PNS

CAPACIDAD DE CARGA FÍSICA (CCF)	$CCF = (S / AG) \times NV$
Datos necesarios:	
S = Superficie disponible	
SP = Superficie usada por una persona (1 metro lineal)	
NV = HV / TV (Número de veces que el sendero puede ser visitado por la misma persona en un día)	
Factor social sendero guiado:	

NG = Mts. /1000 mts (Número de Grupos en sendero / 1000 mts.

P= NG x (# personas x grupo).

HV = Horario de visita

TV = Tiempo de visita

Sendero Nido del Cóndor:

S=16980 mts

AG = 12 mts para sendero auto-guiado

NV = (12hrs/día) / (8 hrs/visitas/visitantes) = 1,5 visitas/día/visitante

CCF = (16980 mts / 12 mts) x 1,5

CCF Sendero Nido del Cóndor = 2122,5 visitas/ día/ visitante

Sendero de las Lagunas:

S= 17300 mts

AG = 12mts para sendero guiado.

NV = (12hrs/día) / (12hrs/visitas/visitantes) = 1 visitas/día/visitante

CCF = (17300 mts / 12mts) x 1

CCF Sendero de las Lagunas = 1441,66 visitas/ día/ visitante

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualipa

3) Cálculos para obtener la capacidad de carga real para senderos guiados del PNS

Es el límite máximo de grupos determinado a partir de la CCF multiplicado por el factor de corrección. Los factores de corrección se expresan en porcentajes.

Factor Social (Fsoc), Factor Físico (Ffic), Factor Biológico (Fbio), Factor de Potencialidad, Turística (Fpt).

Tabla 207. Capacidad de carga real

CAPACIDAD DE CARGA REAL: (CCR)	CCR=CCFx(FSOC x FSOL x FCF)
SENDERO NIDO DEL CONDOR	
<p>Factor social para el sendero guiado Nido del Cóndor $NG = Mts / mts \text{ (Número de Grupos en sendero / 1000 mts.)}$</p> <p>$NG = 16980 \text{ mts} / (1000 \text{ mts} + 12) = 16,77 \text{ grupos.}$</p> <p>Personas que pueden estar simultáneamente en el sendero Nido del Cóndor. $P = NG \times (\# \text{ personas } \times \text{ grupo}).$</p> <p>$P = (16,77 \text{ grupos}) \times (12) = 201,34 \text{ personas.}$</p> <p>Cálculo de la magnitud limitante para el sendero Nido del Condor $Mlx = Mtx - P$</p> <p>$Mlx = 16980 \text{ mts} - 201,34 = 16778,66 \text{ mts de espacio ocupado.}$</p> <p>Factor de Corrección para el sendero Nido del Condor se expresa en % $Fsoc = FCx$</p> <p>$FCx = 1 - (Mlx / Mtx)$</p> <p>$FCx = 1 - (16778,66 \text{ mts} / 16980 \text{ mts}) \rightarrow 1 - (0.988) = 0.012\%$</p> <p>Factor Brillo solar (Fsol) La cantidad de horas de sol para disfrute del área $Fsol = 1 - (hsl / ht \times ms / mts)$</p> <p>$hsl: \text{Horas de sol al año} = 4.380 \text{ horas de luz en el año.}$</p> <p>$ht: \text{Horas al año que el parque está abierto} = 4.380 \text{ horas al año.}$</p> <p>$Ms: \text{metros erosionados del sendero Nido del Condor} = 4489,7 \text{ mts.}$</p> <p>$FCx = 1 - (4.380hrs / 4.380hrs \times 4489,7 \text{ mts} / 16980 \text{ mts}) = 0.74\%$</p> <p>Cálculo de la CCR</p> <p>$CCR = 2122,5 \text{ visitas / día } \times (0,012 \times 1 \times 0.74) CCR = 18,85 \text{ Visitas / día}$</p>	
SENDERO DE LAS LAGUNAS	
<p>Factor social para el sendero de las Lagunas $NG = Mts / mts \text{ (Número de Grupos en sendero / 1000 mts.)}$</p> <p>$NG = 17300 \text{ mts} / (1000 \text{ mts} + 12) = 17,09 \text{ grupos.}$</p> <p>Personas que pueden estar simultáneamente en el sendero de las Lagunas. $P = NG \times (\# \text{ personas } \times \text{ grupo}).$</p>	

$$P = (17,09 \text{ grupos}) \times (12) = 205,08 \text{ personas.}$$

Cálculo de la magnitud limitante para el sendero de las Lagunas $Mlx = Mtx - P$

$$Mlx = 17300 \text{ mts} - 205,08 = 17094,92 \text{ mts de espacio ocupado.}$$

Factor de Corrección para el sendero de las Lagunas se expresa en % $F_{soc} = FCx$

$$FCx = 1 - (Mlx / Mtx)$$

$$FCx = 1 - (17094,92 \text{ mts} / 17300 \text{ mts}) \rightarrow 1 - (0.988) = 0.012\%$$

Factor Brillo solar (Fsol) La cantidad de horas de sol para disfrute del área $F_{sol} = 1 - (hsl / ht \times ms / mts)$

hsl: **Horas de sol al año** = 4.380 horas de luz en el año.

ht: **Horas al año que el parque está abierto** = 4.380 horas al año.

Ms: **metros erosionados del sendero de las Lagunas** = 3000 mts.

$$FCx = 1 - (4.380hrs / 4.380hrs \times 3000 \text{ mts} / 17300 \text{ mts}) = 0.83\%$$

Cálculo de la CCR

$$CCR = 1441,66 \text{ visitas / día} \times (0,012 \times 1 \times 0.83) \quad CCR = 14,36 \text{ Visitas / día}$$

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

4) Cálculos para obtener la capacidad de carga efectiva para senderos guiados y auto-guiados del PNS

Tabla 208. Capacidad de carga efectiva

CAPACIDAD DE CARGA EFECTIVA (CCE)		CCE = (CCR x CM) / 100
Capacidad de manejo (CM), es el factor de corrección de la infraestructura, equipamiento y personal multiplicados por cien.		
Capacidad de manejo (CM) sendero Nido del Condor		
VARIABLE	VALOR	
Infraestructura / 1	0,6	
Equipamiento / 1	0,5	
Personal / 1	1	
PROMEDIO	0.30	
Capacidad de Manejo 0.30 x 100= 30 %		

Fuente: (Acevedo, 2012, pág. 26).

$$\text{CCE Sendero Colibrí} = (\text{CCR} \times \text{CM}) / 100$$

$$\text{CCE} = (18,85 \text{ días/ visita} \times 30) / 100$$

Capacidad de Carga Efectiva **5,6 Visitas / día.**

Capacidad de manejo (CM) Sendero Las Lagunas

VARIABLE	VALOR
Infraestructura / 1	0,10
Equipamiento / 1	0.10
Personal / 1	0
PROMEDIO	0.20

Fuente: (Acevedo, 2012, pág. 26).

$$\text{CCE Sendero Los Pantzas} = (\text{CCR} \times \text{CM}) / 100$$

$$\text{CCE} = (14,36 \text{ días/ visita} \times 20) / 100$$

Capacidad de Carga Efectiva **2,9 Visitas / día.**

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 209. Resumen del indicador capacidad de carga para los senderos del PNS

Capacidad de Carga (Visita/días)	Nido del Cóndor	Sendero de las Lagunas
CCF	2122,5	1441,66
CCR	18,85	14,36
CCE	5,6	2,9

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 210. Resultados de la capacidad de carga del sendero Nido del condor

SENDERO NIDO DEL CÓNDOR	
CCF (Grupo/día)	176,8
CCR (Grupo /día)	18,85/ 12 = 1,57
CM %	30
CCE (Grupo /día)	5,6/12 = 0,46
CCE (Grupo /año)	0,46 x 360 = 168
CCE (persona /día)	5,6
CCE (persona /año)	5,6 x 360 = 2016

Fuente: Trabajo de campo, 2016

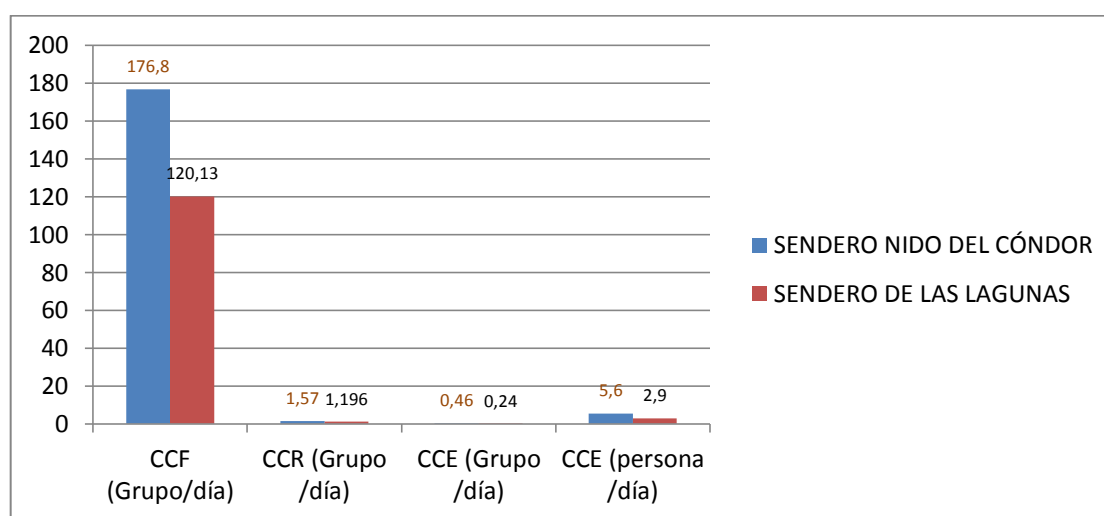
Realizado por: Paúl Gualpa

Tabla 211. Resultados de la capacidad de carga del sendero de las Lagunas

SENDERO DE LAS LAGUNAS	
CCF (Grupo/día)	120,13
CCR (Grupo /día)	$14,36 / 12 = 1.196$
CM %	20
CCE (Grupo /día)	$2,9/12 = 0,24$
CCE (Grupo /año)	$0,24 \times 360 = 87$
CCE (persona /día)	2,9
CCE (persona /año)	$2,9 \times 360 = 1044$

Fuente: Trabajo de campo, 2016

Realizado por: Paúl Gualpa

**Figura 87.** Resultados de la Capacidad de carga para los senderos en el PNS

Fuente: Realizado por: Paúl Gualpa.

5) Análisis del gráfico de capacidad de carga

CCF = Presenta el aprovechamiento del espacio de grupos al mismo tiempo en los senderos guiados, tomando en cuenta el espacio entre grupos para determinar el máximo aprovechamiento superficial de los senderos sin muchos factores influyentes.

CCR = La satisfacción de los senderos guiados aumenta por factores como el biológico, el físico y social

CCE = Los senderos guiados por lo general en el PNS son los más extensos y dirigidos al turismo de Naturaleza por lo que no requiere mayor equipamiento ni infraestructura. La desventaja que tienen los senderos guiados es la inexistencia de guías, por lo cual disminuye la CCE de estos senderos.

E. ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVA PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”.

1. Determinar la viabilidad legal y administrativa

a. Estudio legal

La actividad turística se encuentra amparada en un amplio marco legal que inicia con la Constitución de la República del Ecuador, Ley de Turismo, Reglamento General de Actividades Turísticas, Ley de Compañías, Convenio de Mancomunamiento, Resoluciones de creación de la Mancomunidad, etc.

1) Constitución Política del Ecuador

De la Constitución de la República del Ecuador aprobada en 2008. Se consideran los siguientes artículos.

Son deberes primordiales del estado: promover el desarrollo justo y equilibrado del Territorio, así como la defensa del patrimonio cultural y natural. (Art. 3).

Los Gobiernos Autónomos descentralizados parroquiales rurales ejercerán como competencia exclusiva el incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y protección del medio ambiente. (Art. 267)

El Estado constituirá empresas públicas para la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y el desarrollo de otras actividades económicas. (Art. 315).

Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía nacional: Comunitaria, cooperativa, empresarial, pública o privada, asociativa, familiar, domestica, autónoma y mixta. (Art. 319).

2) Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización

De acuerdo al análisis del COOTAD, este nos faculta a la creación de empresas públicas y al desarrollo de actividades productivas, además este código considera al turismo como una actividad productiva que puede ser gestionada por la Mancomunidad a través de su empresa pública.

A continuación los artículos considerados para el sustento legal de creación de una Empresa pública:

Establece que los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales ejercerán como competencia exclusiva el incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias. (Art. 65 literal d)

Establece que el turismo es una actividad productiva que puede ser gestionada concurrentemente por todos los niveles de gobierno. (Art. 135).

Indica que los gobiernos descentralizados podrán formar mancomunidades entre si, con el objetivo de mejorar la gestión de sus competencias y fortalecer sus principios de integración. (Art. 285).

Los Gobiernos Autónomos Mancomunados o que constituyan consorcios, podrán crear empresas públicas a través del acto normativo legalmente expedido por los gobiernos autónomos descentralizados que deseen conformar la empresa en comunidad, de acuerdo con la ley que regula las empresas públicas. (Art. 289)

3) Ley de empresas públicas

La Ley de empresas públicas orienta y controla la creación de empresas públicas en el territorio ecuatoriano; en primera instancia define que es una empresa pública, luego nos indica que tipos de empresas existen, quienes pueden formar empresas públicas y al final explica todo lo referente al funcionamiento de esta figura administrativa.

a) Definición

Las Empresas Públicas Según el art. 4 de la Ley Orgánica de Empresas Públicas “Son entidades que pertenecen al Estado en los términos que establece la Constitución de la República, personas

jurídicas de Derecho Público, con autonomía financiera, económica, administrativa y de gestión”.

Las Empresas Subsidiarias son empresas mercantiles de economía mixta creadas por la Empresa Pública, en las que el Estado o sus instituciones tengan la mayoría accionaria.

Las empresas filiales son sucursales de la empresa pública matriz que estarán administradas por un gerente, creadas para desarrollar actividades o prestar servicios de manera descentralizada o desconcentrada.

Las Agencias y Unidades de Negocio son áreas administrativo-operativas de las Empresa Pública, dirigidas por un administrador con poder especial para el cumplimiento de las atribuciones que le sean conferidas por el representante legal de la referida empresa, que no gozan de personería jurídica propia y que se establecen para desarrollar actividades o prestar servicios de manera descentralizada o desconcentrada.

b) Empresas públicas

Según el artículo 1, numeral segundo de la Ley Orgánica de Empresas Públicas, publicada en el Registro Oficial, suplemento No. 48 del 16 de octubre del 2009, expresamente señala: **ÁMBITO.-** Las disposiciones de la presente Ley regulan la constitución, organización, funcionamiento, fusión, escisión y liquidación de las empresas públicas que no pertenezcan al sector financiero y que actúen en el ámbito internacional, nacional, regional, provincial o local; y, establecen los mecanismos de control económico, administrativo, financiero y de gestión que se ejercerán sobre ellas, de acuerdo a lo dispuesto por la Constitución de la República.

Según el artículo 2, numeral cuartode **la LOEP establece:**

OBJETIVOS.- “Fomentar el desarrollo integral, sustentable, descentralizado y desconcentrado del Estado, contribuyendo a la satisfacción de las necesidades básicas de sus habitantes, a la utilización racional de los recursos naturales, a la reactivación y desarrollo del aparato productivo y a la prestación eficiente de servicios públicos con equidad social. Las empresas

públicas considerarán en sus costos y procesos productivos variables socio-ambientales y de actualización tecnológica;...”

En el mismo texto legal según el artículo 5, numeral segundo, expresamente señala: ...” La creación de empresas públicas se hará:

- i. Mediante decreto ejecutivo para las empresas constituidas por la Función Ejecutiva;
- ii. Por acto normativo legalmente expedido por los gobiernos autónomos descentralizados; y,
- iii. Mediante escritura pública para las empresas que se constituyan entre la Función Ejecutiva y los gobiernos autónomos descentralizados, para lo cual se requerirá del decreto ejecutivo y de la decisión de la máxima autoridad del organismo autónomo descentralizado, en su caso.

Las empresas públicas pueden ejercer sus actividades en el ámbito local, provincial, regional, nacional, e internacional.

La denominación de las empresas deberá contener la indicación de “EMPRESA PÚBLICA” o la sigla “EP”.

El domicilio principal de la empresa estará en el lugar en que se determine mediante acto de creación y se podrá establecerse agencias o unidades de negocios.

c) Dirección y administración

En el artículo 6, de la Ley Orgánica de Empresas Públicas, establece que: Son órganos de dirección y administración de las empresas públicas:

Nivel Directivo.-El nivel directivo estará conformado por un Directorio que será el órgano máximo de dirección de la empresa y estará conformado por 5 miembros.

Nivel Ejecutivo.-Un/a Gerente/a General que será el/la administrador/a y representante legal, judicial y extrajudicial de la empresa.

Servidores Públicos de Libre Designación y Remoción.- Aquellos que ejerzan funciones de dirección, representación, asesoría y en general funciones de confianza.

Servidores Públicos de Carrera.- Personal que ejerce funciones administrativas, profesionales, de jefatura, técnicas en sus distintas especialidades y operativas, que no son de libre designación y remoción que integran los niveles estructurales de cada empresa pública.

Obreros.- Aquellos definidos como tales por la autoridad competente, aplicando parámetros objetivos y de clasificación técnica, que incluirá dentro de este personal a los cargos de trabajadoras y trabajadores que de manera directa formen parte de los procesos operativos, productivos y de especialización industrial de cada empresa pública.

d) Asociatividad

El Artículo 35 habla de la Capacidad Asociativa y establece que las empresas públicas tienen capacidad asociativa para el cumplimiento de sus fines y objetivos empresariales y en consecuencia para la celebración de los contratos que se requieran, para cuyo efecto podrán constituir cualquier tipo de asociación, alianzas estratégicas, sociedades de economía mixta con sectores públicos y privados en el ámbito nacional o internacional o del sector de economía popular y solidaria, en el marco de las disposiciones del artículo 316 Constitución de la Republica.

e) Régimen económico

Art. 38.- PATRIMONIO.- Constituye patrimonio de las empresas públicas todas las acciones, participaciones, títulos habilitantes, bienes tangibles e intangibles y demás activos y pasivos que posean tanto al momento de su creación como en el futuro.

Art. 39.- EXCEDENTES.- Las empresas públicas deberán propender que a través de las actividades económicas que realicen se generen excedentes o superávit, los que servirán para el cumplimiento de los fines y objetivos previstos en el artículo 2 de esta Ley.

El Directorio deberá establecer el porcentaje destinado al presupuesto de inversión y reinversión que le permita a la empresa pública, sus subsidiarias, filiales, agencias, unidades de negocio cumplir con su Plan Estratégico y Planes Operativos y asegurar su vigencia y participación en el mercado de su sector.

En cuanto al reparto de excedentes, aquellos que correspondan a la participación de la empresa pública, observarán los principios y normas previstos en el artículo 315 de la Constitución de la República, es decir se destinarán a la inversión y reinversión en las mismas empresas, sus subsidiarias, relacionadas o asociadas, en niveles que garanticen su desarrollo. Los excedentes que no fueran invertidos o reinvertidos se transferirán al Presupuesto General del Estado para que sean utilizados en los fines que la Función Ejecutiva considere pertinente, con excepción de los correspondientes a los gobiernos autónomos descentralizados que de conformidad a lo dispuesto en el Art. 292 de la Constitución de la República, se considerarán recursos propios que se integrarán directamente al presupuesto del gobierno autónomo descentralizado correspondiente. Los excedentes que conciernan a la participación del o de los demás socios de la empresa de economía mixta, se regirán por la legislación societaria.

f) Régimen tributario

Art. 41.- REGIMEN TRIBUTARIO.- Para las empresas públicas se aplicará el Régimen Tributario correspondiente al de entidades y organismos del sector público, incluido el de exoneraciones, previsto en el Código Tributario, en la Ley de Régimen Tributario Interno y demás leyes de naturaleza tributaria. Para que las empresas antes mencionadas puedan beneficiarse del régimen señalado es requisito indispensable que se encuentren inscritas en el Registro Unico de Contribuyentes, lleven contabilidad y cumplan con los demás deberes formales contemplados en el Código Tributario, esta Ley y demás leyes de la República.

Las empresas públicas que presten servicios públicos estarán exentas del pago de regalías, tributos o de cualquier otra contraprestación por el uso u ocupación del espacio público o la vía pública y del espacio aéreo estatal, regional, provincial o municipal, para colocación de estructuras, postes y tendido de redes.

Las disposiciones de este artículo se aplicarán en observancia del objeto de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado.

g) Financiamiento

Art. 42.- FORMAS DE FINANCIAMIENTO.- Las empresas públicas sus subsidiarias y filiales podrán adoptar las formas de financiamiento que estimen pertinentes para cumplir sus fines y objetivos empresariales, tales como: *ingresos provenientes de la comercialización de bienes y prestación de servicios así como de otros emprendimientos*; rentas de cualquier clase que produzcan los activos, acciones, participaciones; acceso a los mercados financieros, nacionales o internacionales, a través de emisión de obligaciones, titularizaciones, *contratación de créditos*; beneficio de garantía soberana; inyección directa de recursos estatales, reinversión de recursos propios; entre otros. Para el efecto se requerirá la resolución favorable del Directorio de la empresa y el cumplimiento de los requisitos previstos en esta y otras leyes, así como en la normativa aplicable, en función de la naturaleza del financiamiento al que se acceda.

Art 34.- GARANTIAS SOBERANAS.- Las empresas públicas, sus subsidiarias y filiales que tengan capacidad financiera de pago podrán beneficiarse del otorgamiento de garantías soberanas concedidas por el Estado para el financiamiento de proyectos de inversión. Para el otorgamiento de la garantía por parte del Estado se debe contar con la aprobación del Directorio de la Empresa, el estudio de la capacidad de pago elaborado por el Ministerio de Finanzas y se deberá seguir el procedimiento establecido en las leyes y normativa que regulan el endeudamiento público.

Art. 44.- ENDEUDAMIENTO DE LAS EMPRESAS.- El nivel de endeudamiento de las empresas públicas se regulará en observancia los Planes Nacional y Local de Desarrollo y con sujeción a las políticas que, de conformidad con la ley, emita el Comité de Deuda Pública y a los requisitos y límites legales que permitan mantener niveles de endeudamiento acordes a la capacidad real de pago del Estado, de la empresa pública o del gobierno autónomo descentralizado, respectivamente.

4) Resoluciones de creación de la Mancomunidad

Resoluciones publicadas por la Función ejecutiva en el Registro oficial suplemento Año III - N° 708 pag12.

Art 4 De los fines.- La Mancomunidad del Corredor Productivo y Ambiental “Mirador de los Volcanes” cumplirá con los siguientes fines:

- 1) Definir estrategias conjuntas para fomentar actividades productivas con inversión pública y privada en el eje productivo y ambiental.
- 2) Propender a la generación de empresa pública para el desarrollo de actividades que fomenten empleo en torno al sector productivo y ambiental a través de la generación de productos y/o servicios.

b. Estudio Administrativo

1) Denominación

Constatando las facultades que brinda la ley, la figura legal con la que se sugiere trabajar es de Empresa Pública de Turismo.

De acuerdo al Art. 5 de la LOEP, la denominación de las empresas públicas deberá contener la indicación de “EMPRESA PÚBLICA” o la sigla “EP” acompañada de una expresión peculiar.

La razón social para la empresa publica será la siguiente: “Mirador de los Volcanes EP”.

2) Planificación estratégica

a) Misión

Trabajar con responsabilidad para prestar servicios de calidad en la Provincia de Chimborazo enmarcados en el desarrollo del turismo sostenible, la conservación de recursos y el impulso para el desarrollo económico y social; y de esta manera generar una experiencia inolvidable en la ejecución de productos turístico.

b) Visión

Para el año 2021, la empresa pública “Mirador de los Volcanes EP” es líder en la operación de productos turísticos consolidados y posicionados en el mercado interno y externo con alta competitiva y calidad, como una nueva alternativa para el turismo sostenible, a través del mejoramiento en la calidad de vida de la población y el manejo responsable de los recursos.

3) Principios**a) Participación**

Para incursionar en la actividad turística se requiere de la participación activa de la gente local de manera conjunta con los organismos y empresas de los sectores, público y privado desarrollando capacidades locales para una buena gestión turística.

b) Competitividad

Se debe ofertar y promocionar productos de calidad mediante la diversificación de servicios y actividades turísticas.

c) Creatividad

La capacidad de crear e innovar permite fomentar el turismo de manera competitiva para permitir la consolidación de los productos turísticos como nuevos destinos de calidad en el mercado interno y externo

d) Respeto

Para el desarrollo del turismo sostenible se debe considerar como parte fundamental el cuidado y respeto hacia los recursos naturales, culturales y biológicos a través del uso racional de los mismos.

e) Equidad

La participación activa de quienes prestan servicios turísticos contribuirá para la distribución equitativa de los recursos económicos generados por la actividad turística en la Mancomunidad.

f) Interculturalidad

Al considerar que el Ecuador es un país multiétnico y pluricultural es necesario fomentar el respeto y la convivencia armónica entre pueblos y nacionalidades para distribuir equitativamente los beneficios que trae consigo el turismo.

g) Responsabilidad

Al trabajar con recursos naturales, culturales y biológicos debe existir un compromiso para participar activamente en la conservación y cuidado de estos elementos básicos para desarrollar la actividad turística

h) Productividad

El trabajo activo y de manera conjunta entre todos los actores de la actividad turística genera productos innovadores con altos estándares de calidad convirtiéndose en nuevos destinos turísticos con alto potencial.

4) Niveles de Organización

Los productos turísticos creados para la Mancomunidad deben ser manejados eficazmente y de manera ordenada, para esto se establece un nivel organizacional requerido.

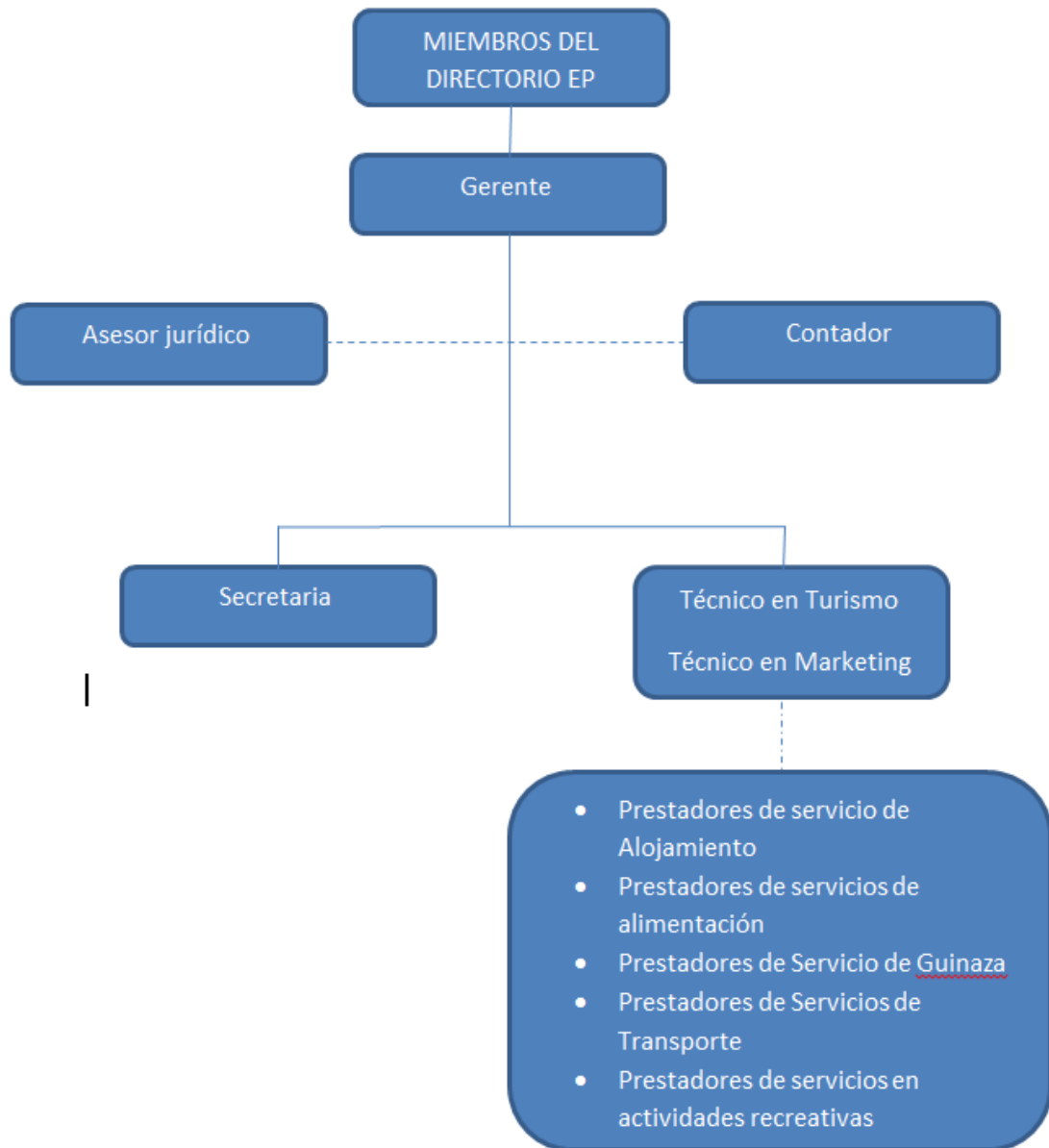
Nivel Directivo: Está conformado por los socios o accionistas.

Nivel Ejecutivo: Está conformado por la Gerencia

Nivel Asesor: Esta conformado por un asesor legal externo temporal y un asesor en contabilidad temporal.

Nivel Operativo: Conformado por los departamento de Operación, Ventas y Secretaría.

5) Organigrama estructural de la empresa pública “Mirador de los Volcanes EP”.



6) Manual de Funciones

a) Cargos y Funciones del Talento Humano

De acuerdo a la LOEP (Art. 6), el directorio de la empresa pública estará conformado por 5 miembros. Para cumplir con lo dispuesto se sugiere que el directorio de la Empresa Pública de Turismo esté compuesto por: El presidente de la “MCPAMV”, el representante de la comisión de turismo, el representante de la comisión de agricultura, el representante de la comisión de cultura y el representante de la comisión de ambiente.

i. Son deberes y atribuciones del directorio:

- Cumplir y hacer cumplir en el ámbito de su gestión las normas constitucionales, legales y reglamentarias vigentes;
- Determinar las políticas, metas y objetivos de la empresa;
- Aprobar o modificar el Reglamento Interno de la empresa, y dictar las normas que sean necesarias para su funcionamiento;
- Aprobar el presupuesto anual de la empresa y evaluar su ejecución;
- Aprobar los planes, proyectos y programas de trabajo que presente a su consideración la Gerencia General y evaluar su ejecución;
- Conocer y aprobar los créditos internos o externos que se otorguen a la empresa;
- Conocer y aprobar los informes de la Gerencia General y de la auditoría interna como externa;
- Solicitar las acciones de control a los órganos competentes;
- Autorizar al/la Gerente/a General en cada caso para absolver posiciones y deferir juramento decisorio, allanarse a las demandas, desistir en pleitos, someterse a arbitrajes y aceptar conciliaciones, conforme a la ley; y,
- Cumplir con lo establecido con el Art. 57 literal k) del COOTAD.
- La demás que establezca la Constitución, las Leyes, Reglamento Interno de la empresa y demás normas conexas.

ii. **De los Miembros del Directorio**

De acuerdo a la Ley Organica de Empresas Públicas Art. 6, el directorio estará conformado 5 personas, de acuerdo a esta disposición, el Directorio de la Empresa de Turismo estará formado por el Presidente de la comunidad “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes” y los representantes de las comisiones de Turismo, Agricultura, Cultura y Ambiente.

Las atribuciones del directorio de la empresa pública son las siguientes:

- Asistir a las sesiones del Directorio;
- Intervenir en las deliberaciones y decisiones y dar cumplimiento a las comisiones que se les encomendare;
- Consignar su voto en las sesiones; y,
- Las demás que se establezcan en las disposiciones legales y reglamentarias vigentes.

iii. **Del/la presidente/a del directorio**

Deberes y atribuciones del/la Presidente/a del Directorio:

- Cumplir y hacer cumplir todas las normas que regulan el funcionamiento de la empresa;
- Convocar y presidir las sesiones del Directorio y suscribir las actas conjuntamente con el/la Secretario/a;
- Conceder licencia al/la Gerente/a General de acuerdo con la normativa jurídica; y,
- Las demás que establezcan las normas vigentes.

iv. **Gerente/a General**

Son deberes y atribuciones del/la Gerente/a General:

- Cumplir y hacer cumplir todas las normas que rigen las actividades de la empresa;
- Dirigir y supervisar las actividades de la empresa, coordinar y controlar el funcionamiento de las dependencias de ésta y de los distintos sistemas empresariales y adoptar las medidas más

adecuadas para garantizar una administración eficiente;

- Autorizar, conforme a los planes y programas de la empresa, la iniciación de los procedimientos necesarios de conformidad con las disposiciones legales, para celebrar actos y contratos para el cumplimiento de los fines de la empresa;
- Someter a la aprobación del Directorio los planes y programas de la empresa, que contendrán las políticas y objetivos de ésta, sus programas de operación, inversiones y el plan financiero;
- Aprobar y ejecutar los programas de obras, mejoras y ampliaciones, dentro del ámbito de su competencia, y de conformidad con los planes y programas de la empresa;
- Someter a consideración del Directorio hasta el 31 de diciembre de cada año, los balances del ejercicio económico anual;
- Informar trimestralmente al directorio sobre los balances de la situación financiera y de resultados, así como las actividades ejecutadas en la empresa y de la situación de los proyectos;
- Presentar mensualmente al Directorio los balances de la situación financiera y de resultados, así como el informe anual de actividades financieras y técnicas cumplidas;
- Presentar al Directorio, hasta el 31 de octubre de cada año, las proformas del presupuesto anual de ingresos y gastos, flujo de caja, fuentes y usos;
- Ejecutar de conformidad con la ley, las políticas generales relacionadas con el nombramiento y remoción de los funcionarios, empleados y trabajadores; la creación, supresión y fusión de cargos, la autorización de cambios o traslados administrativos; la concesión de licencias o declaración en comisión de servicios, y la delegación de facultades en esta materia; disponer el juzgamiento administrativo de los servidores de la empresa, todo ello de acuerdo con la ley;
- Formular reglamentos de la empresa y de reformas de éstos, y someterlos a consideración del Directorio;
- Dictar las normas secundarias para el buen funcionamiento de la empresa;
- Informar y asesorar al Gobiernos parroquiales rurales en todo lo que fuera necesario y tenga relación con las actividades de la empresa;
- Actuar como Secretario/a del Directorio;
- Designar al/la Gerente General Subrogante; y,
- Las demás que le confiere las normas vigentes, este estatuto y el Reglamento Interno de la Empresa.

v. **De la secretaria**

Son funciones de la Secretaria:

- Preparar las actas de las sesiones para que suscriba la Gerencia conjuntamente con el/la Presidente/a del Directorio;
- Preparar la documentación de la convocatoria que conocerá el directorio y entregarla a todos sus miembros conjuntamente con el orden del día;
- Llevar el archivo de actas, documentos y expedientes del Directorio y de la Empresa, bajo su responsabilidad;
- Conferir copias certificadas de documentos solicitados con autorización escrita de Gerencia;
- Preparar informes, oficios, memos y demás documentación de Gerencia.
- Las demás que disponga Gerencia de conformidad con las normas vigentes.

vi. **Del/la administrador/a financiero/a**

Son deberes y funciones del/la Administrador/a Financiero:

- Cumplir y hacer cumplir todas las normas y disposiciones de gerencia que rigen las actividades de la empresa;
- El/la Administrador/a Financiero/a remplazará al/la Gerente General de la Empresa temporalmente en caso de ausencia o impedimento de éste último, cumpliendo los deberes y atribuciones previstas para el/la titular mientras dure el reemplazo.
- Administrar y supervisar las actividades de la empresa, coordinar y controlar el funcionamiento de las dependencias de ésta y adoptar las medidas más adecuadas para garantizar una administración eficiente;
- Iniciar y realizar los procedimientos necesarios conforme a los planes y programas de la empresa y disposiciones legales para celebrar actos y contratos para el cumplimiento de los fines de la empresa;
- Ejecutar las actividades administrativas, financieros, técnicos operativos propios de todos los servicios que presta la Empresa.
- Ejecutar los programas de obras, mejoras y ampliaciones, dentro del ámbito de su

competencia, y de conformidad con los planes y programas de la empresa;

- Someter a consideración de Gerencia hasta el 31 de diciembre de cada año, los balances del ejercicio económico anual anterior;
- Informar trimestralmente a Gerencia sobre los balances de la situación financiera y de resultados, así como el presupuesto ejecutados en la empresa y de la situación de los proyectos;
- Presentar mensualmente a Gerencia los balances de la situación financiera y de resultados, así como el informe anual de actividades financieras y técnicas cumplidas;
- Presentar a Gerencia, hasta el 20 de Julio de cada año, las proformas del presupuesto anual de ingresos y gastos, flujo de caja, fuentes y usos;
- Supervisar a funcionarios, empleados y trabajadores; presentar informes de la creación, supresión y fusión de cargos, presentar informes para la autorización de cambios o traslados administrativos; la concesión de licencias o declaración en comisión de servicios, y la delegación de facultades en esta materia; presentar informes para el juzgamiento administrativo de los servidores de la empresa, todo ello de acuerdo con la ley;
- Presentar informes de pagos a terceros y nomina para autorización de Gerencia adjuntando todos los justificativos legales y técnicos;
- Iniciar y ejecutar las Transferencias mediante el SPI.
- Presentar a Gerencia informes de transferencias realizadas;
- Presentar a Gerencia Informes de garantías y valores;
- Presentar a Gerencia informes del flujo de caja;
- Control Previo al pago; solicitando los justificativos técnicos y legales.
- Presentar a Gerencia Informes de recaudaciones;
- Informes de administración de especies valoradas.
- Registro del Libro Bancos y saldos bancarios;
- Presentar a Gerencia Información Financiera mensual, trimestral y anual, para ser enviado al Ministerio de Finanzas.
- Informe de declaración y recuperación del IVA e impuesto a la renta;
- Plan periódico anual de caja; y,
- Presentar a Gerencia Informes de Ejecución Presupuestaria mensual, trimestral y anual.

vii. Del Contador/a

Son deberes y funciones del/la Contador/a:

- Realizar los registros contables; adjuntando los justificativos técnicos y legales.
- Realizar y presentar los informes financieros con sus notas aclaratorias mensuales, trimestrales, anuales.
- Presentar informes de análisis financiero mensual, trimestral, anual;
- Preparar y realizar Conciliaciones Bancarias mensuales;
- Constatar y conciliar el inventario de bienes muebles e inmuebles valorados, inventarios de bienes sujetos a control administrativo, valorados; Inventarios de existencias de consumo, valorados;
- Preparar y realizar los roles de pago;
- Presentar informe de Control Previo al devengado; Informe de Control Previo al compromiso, referente a contratación pública y consultoría;
- Realizar las liquidaciones de haberes por cesación de funciones y jubilaciones patronales;
- Realizar las liquidaciones de viáticos y movilización;
- Presentar informes de cartera y cuentas por cobrar.
- Realizar Informes de liquidaciones de cuentas por pagar;
- Presentar informe de baja de bienes muebles.

viii. Del departamento de Operación y ventas

Tienen por responsabilidad trabajar en la creación de nuevos productos, brindar los servicios que se presta, promocionar y difundir los productos, verificar que todo el proceso de venta por medio del cual llega el servicio o producto hasta el consumidor sea el adecuado y de calidad. Tienen además como función asistir a los recorridos con los turistas, con la explicación previa de cada área o sitio que se visite y dependiendo de la actividad que se realice. Mantener en buenas condiciones el equipo y maquinaria que se utiliza para el tour, estudio y diseño logístico para los sitios turísticos, servicio a clientes en segunda estancia.

Mantener el contacto constante con los prestadores de servicios turísticos procurando promover de forma eficiente la prestación de un servicio de calidad.

b) Sueldos y salarios del Recurso Humano

Tabla 212. Sueldos y Salarios

CARGO	REMUNERACIO N UNIFICADA MENSUAL	REMUNERACIO N UNIFICADA ANUAL	APORTE PATRONAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	Vacaciones	REMUNERACIÓ N ANUAL
GERENTE	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$1.070,40	\$1.152,00	\$ 366,00	\$400,00	\$ 12.588,40
SECRETARIA	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 669,00	\$720,00	\$ 366,00	\$250,00	\$ 8.005,00
TÉCNICO EN TURISMO	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$1.070,40	\$1.152,00	\$ 366,00	\$400,00	\$ 12.588,40
TÉCNICO EN MARKETING	\$ 800,00	\$9.600,00	\$1.070,40	\$1.152,00	\$ 366,00	\$400,00	\$12.588,40
CONTADOR	\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 40,14	\$43,20	\$366,00	\$15,00	\$824,34
ASESOR JURÍDICO	\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 40,14	\$43,20	\$ 366,00	\$15,00	\$824,34
TOTAL DE SUELDOS Y SALARIOS							\$47.418,88

Fuente: Consejo Nacional de Salarios CONADES, 2016

Realizado por: Paúl Guallpa

c) Reglamento para Empleados y Visitantes.

i. Empleados.

Políticas generales para el personal

- Mantener una relación amable y respetuosa con los turistas.
- Trabajar de manera coordinada, conjunta y respetuosa con el resto del personal.
- Prohibido ingerir bebidas alcohólicas y sustancias psicotrópicas en horario de trabajo o en las horas libres que se encuentren dentro de las localidades receptoras de visitantes.
- Ser puntual y mostrar ética profesional en todas las actividades que se le encomiende.
- Se atenderán las necesidades y se responderán las inquietudes de los turistas con prontitud y amabilidad.
- Dar buena imagen física y psicológica a los turistas a fin de lograr la confianza de los mismos.
- Evitar o solucionar cualquier contratiempo relacionado con peleas, y discusiones entre turistas.
- Se prohíbe tomar las pertenencias de los turistas.
- En el caso de que el visitante olvide alguna pertenencia se procurará, la entrega inmediata, de no conseguirla, se informará a gerencia y guardará hasta que su dueño la solicite.

ii. Los guías de turismo de tendrán las siguientes obligaciones:

- Prestar sus servicios de guianza o instrucción al turista conforme a lo que éste haya contratado, respetando lo estipulado en el presente Acuerdo.
- Verificar las modalidades turísticas de aventura contratadas por el turista y coordinar la logística necesaria para desarrollar en el momento y lugar adecuado cada una de las modalidades de aventura para la que fuere contratado.
- Solicitar a la empresa que entregue los formularios de "Descargo de Responsabilidades y Asunción de Riesgos" del turista participante previo al inicio de la modalidad turística contratada.
- Respetar y cumplir los lineamientos de cada una de las modalidades turísticas que se vayan a realizar acorde a lo estipulado en el presente Acuerdo.
- Dar al turista una "Charla Instructiva Técnica y de Seguridad" de la modalidad turística que fuese a realizar.
- Capacitarse y actualizarse en las modalidades turísticas.
- Llevar siempre, en el caso de guías, su licencia de guía nacional. Tanto las licencias como los certificados deberán estar vigentes.
- Cerciorarse de la identidad del turista que vaya a realizar las modalidades turísticas, para lo cual le exigirá la presentación de su documento de identidad o pasaporte vigente.
- Observar las normas usuales de convivencia, moralidad, decencia y orden público durante la duración de las modalidades turísticas de aventura.
- Comunicar a la autoridad competente cualquier alteración del orden público, comisión de delitos o sospecha sobre la identidad de los clientes.
- Previo a la realización de modalidades de aventura, chequear que los equipos que los clientes hayan traído personalmente y el equipo, accesorios y equipamiento proporcionado por la empresa se encuentren en óptimas condiciones de conformidad con lo establecido en el presente Acuerdo, cumpliendo además estándares y normas internacionales.
- Llevar diariamente el registro de uso de los equipos, infraestructura, materiales y accesorios, para lo cual utilizarán una tarjeta de registro, cuyo contenido mínimo será definido por el Ministerio de Turismo.
- No permitir la realización de modalidades turísticas de aventura a menores de edad sin el respectivo permiso escrito de sus padres o responsables mayores de edad, ni que los turistas realicen las modalidades cuando no hayan cumplido la edad mínima, peso y altura establecidos para cada modalidad.

- Verificar con el turista la información por él o ella entregada a la empresa de turismo.
- Verificar y respetar los niveles técnicos y capacidad física de sus clientes, sus propios límites y de los demás guías o instructores que le acompañen.
- Verificar que los diferentes niveles de dificultad técnica de los espacios en los que se realiza las modalidades de aventura, estén acordes a la capacidad técnica y física del turista.
- En caso de incidentes o accidentes, el guía o instructor deberá comunicar a las Entidades pertinentes de servicios de emergencia, rescate y/o evacuación y a la agencia de viajes operadora o dual lo acontecido. Además, deberá proporcionar el tipo de sangre y datos de cobertura médica y seguros del turista, si los tuviese.

iii. Visitantes.

Los turistas que realicen modalidades turísticas tendrán las siguientes obligaciones:

- Leer detenidamente el precio estipulado por la agencia de viajes operadora o dual para cada una de las modalidades turísticas que se oferte, previo a su contratación.
- Pagar el valor de los servicios prestados por la realización de modalidades turísticas.
- Entregar la información necesaria para llenar la factura correspondiente.
- Firmar el formulario de "Descargo de Responsabilidades y Asunción de Riesgos" previo a la realización de modalidades turísticas.
- Respetar y cumplir con los lineamientos de cada una de las modalidades turísticas que se vayan a realizar acorde a lo estipulado en el presente Acuerdo.
- Escuchar la "Charla Instructiva Técnica y de Seguridad" que esté proporcionando el guía o instructor.
- Exhibir el documento de identidad o pasaporte vigente antes de realizar la Modalidad turística de aventura contratada.
- Observar las normas usuales de convivencia, moralidad, decencia y orden público durante la duración de las modalidades turísticas de aventura.
- Utilizar el equipo, accesorios y equipamiento que la empresa le proporcione para la realización de la modalidad turística contratada o el equipo propio que haya llevado siempre y cuando haya sido aprobado por el guía, respetando lo estipulado en el presente Acuerdo.
- Permitir que el guía o instructor revise y apruebe los equipos propios del turista que ha traído para la realización de modalidades.

- Los turistas menores de edad no pueden realizar modalidades turísticas de aventura sin el respectivo permiso escrito de sus padres o responsables mayores de edad ni podrán realizar las modalidades cuando no hayan cumplido la edad mínima, peso y altura establecidos para cada modalidad.
- Entregar a la agencia de viajes operadora o dual la siguiente información personal: - Nombres y apellidos - Nacionalidad - Fecha de nacimiento - Número de documento de identidad y/o pasaporte - Tipo de sangre - Nombre y datos de la persona a contactar en caso de emergencia - Datos de cobertura médica y seguros, si los tuviese - Condiciones médicas y alergias
- Asumir su responsabilidad en caso de incidentes o accidentes cuando exista negligencia de su parte.

d) Estructura de Procedimientos

1) Políticas de reservación

- La reservación de los paquetes y los servicios que ofertan se realizarán personalmente, vía telefónica e internet
- Las reservaciones serán bajo única responsabilidad de la persona encargada.
- Las reservaciones vía telefónica o mail se realizarán con un mínimo de 3 días de anticipación.
- Las reservaciones se realizarán con el pago del 50% del total del costo del servicio.

2) Políticas de pago o depósito

- Los pagos para las reservaciones se podrán realizar mediante tarjeta de crédito o en efectivo.
- El depósito se lo realizara únicamente en la cuenta bancaria de la Empresa Pública Mirador de los volcanes.
- El pago restante del tour se deberá realizar un día antes de iniciar el tour
- Es obligatoria la entrega de comprobante de depósito vía email o fax.

3) Políticas de cancelación, compensación y devolución

El paquete que fuere cancelado hasta con 2 semanas de anticipación se le devolverá el efectivo con un porcentaje de retención por gastos del servicio del 15%

El paquete que no fuere cancelado hasta con 2 semanas de anticipación se le devolverá el efectivo con un porcentaje de retención por gastos del servicio del 30%.

Todos los servicios ofrecidos en los paquetes que por circunstancias de la naturaleza como el clima no admitirán devoluciones pero se les compensará con otra actividad parecida a la que no pudo desarrollarse.

Si la cancelación es por motivos institucionales se hará la devolución del total del pago de la reservación.

4) Políticas para el personal

- Mantener una relación amable y respetuosa con los turistas.
- Trabajar de manera coordinada, conjunta y respetuosa con el resto del personal.
- Prohibido ingerir bebidas alcohólicas y sustancias psicotrópicas en horario de trabajo o en las horas libres que se encuentren dentro de los senderos o comunidades.
- Ser puntual y mostrar ética profesional en todas las actividades que se le encomiende.
- Se atenderán las necesidades y se responderán las inquietudes de los turistas con prontitud y amabilidad.
- Dar buena imagen física y psicológica a los turistas a fin de lograr la confianza de los mismos.
- Evitar o solucionar cualquier contratiempo relacionado con peleas, y discusiones entre turistas.
- Se prohíbe tomar las pertenencias de los turistas
- En el caso de que el visitante olvide alguna pertenencia se procurará, la entrega inmediata, de no conseguirla, se informará y guardará hasta que su dueño la solicite.

5) Políticas para los guías

- Se contratarán guías locales quienes deberán poseer la licencia de guía nativo o naturalista.
- El guía deberá cumplir con el itinerario del paquete elegido por los pasajeros.
- Antes de iniciar el recorrido deberá dar una breve introducción de la ruta, atractivos a visitar y duración del recorrido.
- Los guías siempre deberán llevar un celular con cobertura y un botiquín de primeros auxilios para cualquier emergencia.
- Todos los guías deberán estar capacitados en primeros auxilios
- Dependiendo el recorrido y la distancia programada el guía deberá llevar implementos que sirvan como: brújula, linterna, alimentos enlatados, etc
- Un guía se responsabilizará de un grupo de 10 personas, pasado este número el grupo será dirigido por 2 guías.

6) Políticas para el visitante

- Desde su ingreso los turistas deben cuidar y proteger el paisaje
- Los turistas deben registrar su ingreso con el personal encargado.
- Por la exigencia física y el tiempo de recorrido es recomendable llevar bebidas hidratantes.
- Los visitantes deben respetar los límites establecidos en los senderos y señalización.
- Los senderos deben mantenerse limpios, si se genera basura los visitantes deben guardarla o depositarla en los basureros.
- No deben escribir, manchar, o realizar cualquier tipo de graffiti en piedras, árboles o equipamientos de apoyo ya que esto afecta el paisaje natural.
- Se prohíbe coleccionar plantas, insectos o animales.
- Respetar los conocimientos locales
- Respetar a los miembros de las distintas comunidades especialmente a los ancianos.
- Seguir siempre las instrucciones del guía
- No descuide sus pertenencias
- Por su seguridad no separarse del grupo

- Está prohibido el ingreso y consumo de bebidas alcohólicas o sustancias psicotrópicas, el ingreso de armas y mascotas, comportamiento inadecuado y la extracción de especies vegetales, prender fuego y la caza de especies de aves.

F. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA MANCOMUNIDAD “CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”.

1. Viabilidad Económica

a. Inversiones del proyecto

Tabla 213. Inversiones del proyecto

Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo Total
Inversiones fijas				
Mobiliario y Equipos				
Computador de escritorio	1	GLB	\$730,00	\$730,00
Computador portátil	1	GLB	\$898,00	\$898,00
Escritorio	2	GLB	\$ 200,00	\$400,00
Sillas	10	GLB	\$ 45,00	\$450,00
Silla giratoria	2	GLB	\$140,00	\$280,00
Archivador	2	GLB	\$100,00	\$200,00
Impresora	1	GLB	\$339,00	\$339,00
Cámara digital	1	GLB	\$300,00	\$300,00
GPS	1	GLB	\$598,00	\$598,00
Proyector	1	GLB	\$598,00	\$598,00
Sub total				\$4.793,00
Activos fijos área técnica				
Equipos de treacking				
Botas de caucho	21	GLB	\$7,68	\$161,28
Carpa Quechua	5	GLB	\$150,00	\$ 750,00
Sleeping	10	GLB	\$42,00	\$ 420,00
Aislantes	10	GLB	\$ 16,00	\$160,00
Bastones	20	GLB	\$ 20,00	\$400,00
Cocina	1	GLB	\$ 35,00	\$ 35,00
Tanque de gas	1	GLB	\$ 60,00	\$ 60,00
Utencilios de cocina	1	GLB	\$ 43,77	\$ 43,77

Ponchos de agua	10	GLB	\$ 14,00	\$140,00
linternas	2	GLB	\$ 8,00	\$ 16,00
Sub total				\$2.186,05
Activos diferidos				
Gastos Conformación de la compañía	1	GLB	\$1.500,00	\$1.500,00
Capacitacion, Promoción y publicidad	1	GLB	\$5758,75	\$5758,75
Infraestructura pública	1		\$ 18.388,94	\$18.388,94
Patentes Municipales (LUAF)	1	GLB	\$100,00	\$100,00
Permisos de Bomberos	1	GLB	\$25,00	\$25,00
Sub total				\$25772,69
Capital de trabajo				
Servicios básicos	1	GLB	\$684,00	\$684,00
Sueldos y salarios	1	GLB	\$47418,88	\$47418,88
Arriendo	12	Mes	\$ 200,00	\$2.400,00
Sub total				\$50502,88
Total				\$83254,62

Elaborado por: Paul Gualpa, 2016

b. Fuentes y usos del proyecto

Tabla 214. Fuentes y usos del proyecto

Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo Total	Recurso propio	Aporte de los GAD Parroquiales
Inversiones fijas						
Mobiliario y equipos						
Computador de escritorio	1	GLB	\$ 730,00	\$ 730,00	\$ 730,00	-
Computador portátil	1	GLB	\$ 898,00	\$ 898,00	\$ 898,00	-
Escritorio	2	GLB	\$ 200,00	\$ 400,00	\$ 400,00	-
Sillas	10	GLB	\$ 45,00	\$ 450,00	\$ 450,00	-
Silla giratoria	2	GLB	\$ 140,00	\$ 280,00	\$ 280,00	-
Archivador	2	GLB	\$ 100,00	\$ 200,00	\$ 200,00	-
Impresora	1	GLB	\$ 339,00	\$ 339,00	\$ 339,00	-
Cámara digital	1	GLB	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	-
GPS	1	GLB	\$ 598,00	\$ 598,00	\$ 598,00	-
Proyector	1	GLB	\$ 598,00	\$ 598,00	\$ 598,00	-
Sub total				\$ 4.793,00	\$ 4.793,00	0,00
Activos fijos área técnica						
Equipos de treacking						
Botas de caucho	21	GLB	7,68	\$ 161,28	\$ 161,28	-
Carpa	5	GLB	150	\$ 750,00	\$ 750,00	-
Sleeping bag	10	GLB	42	\$ 420,00	\$ 420,00	-
Aislante	10	GLB	16	\$ 160,00	\$ 160,00	-
Bstones de caminata	20	GLB	20	\$ 400,00	\$ 400,00	-
Cocina	1	GLB	35	\$ 35,00	\$ 35,00	-
Tanque de gas	1	GLB	60	\$ 60,00	\$ 60,00	-
Utelsilios de cocina	1	GLB	43,77	\$ 43,77	\$ 43,77	-
Ponchos de agua	10	GLB	14	\$ 140,00	\$ 140,00	-

Linterna	2	GLB	8	\$ 16,00	\$ 16,00	-
Sub total				\$ 2.186,05	\$ 2.186,05	\$00,00
Activos diferidos						
Gastos Conformación de la compañía	1	GLB	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	-
Capacitación, Promoción y publicidad	1	GLB	\$ 5758,75	\$ 5758,75	\$ 5758,75	-
Infraestructura pública	1	0	\$ 18.388,94	\$ 18.388,94	\$ 18.388,94	-
Patentes Municipales	1	GLB	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	-
Permisos de Bomberos	1	GLB	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	-
Sub total				\$ 25772,69	\$ 25772,69	\$00,00
Capital de trabajo						
Servicios básicos	1	GLB	\$ 684,00	\$ 684,00	-	\$ 684,00
Sueldos y salarios	1	GLB	\$ 47418,88	\$ 47418,88	-	\$ 47418,88
Arriendo	12	Mes	\$ 200,00	\$ 2.400,00	-	\$ 2.400,00
Sub total				\$ 50502,88	-	\$ 50502,88
TOTAL				\$ 83254,62	\$ 32751,74	\$ 50502,88

Elaborado por: Paul Gualpa, 2016

c. Financiamiento del proyecto.

Tabla 215 Financiamiento del Proyecto.

FINANCIAMIENTO	
Recurso propio	\$ 32751,74
Aporte de los GAD	\$ 50502,88
Total asignación	\$ 83254,62

Fuente: Mancomunidad “CPAMV”, 2016

Elaborado por: Paul Gualpa, 2016

d. Cálculo de depreciaciones

1) Depreciación de activos fijos

De acuerdo con lo establecido en el Reglamento de aplicación a la Ley de Régimen Tributario Interno, en el art. 28 numeral 6 insiso a) de las depreciaciones de activos fijos, a) La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

Tabla 216 Referencia de depreciaciones

Activos Fijos	% Anual
Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares	5%
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10%
Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil	20%
Equipo de cómputo y software	33%

Fuente: Ley de Regimen Tributario Interno, 2016

Es necesario tomar en cuenta el criterio de los fabricantes de equipos para trekking, los mismos que establecen los años de vida de sus equipos, por ejemplo la marca francesa Quechua sugiere que sus equipos tienen una vida útil de 5 años con uso normal desde el momento que salen de la tienda, este tiempo de vida útil puede verse reducido si se da un uso intensivo al equipo.

Tabla 217 Depreciación de activos fijos

DETALLE	VALOR DEL BIEN	% DEPRECIACIÓN	AÑOS POR LEY	DURACIÓN DEL PROYECTO	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE DEPRECIACIÓN
Equipos de computo	\$ 3.463,00	33%	3	5	\$ 1.154,33	\$ 3.463,00
Muebles y enceres	\$ 1.330,00	10%	10	5	\$ 133,00	\$ 665,00
Equipos de trekking	\$ 2.024,77	20%	5	5	\$ 404,95	\$ 2.024,77
					\$ 1.692,29	\$ 6.152,77

Elaborado por: Paul Gualpa, 2016

Tabla 218 Amortización de activos diferidos

DIFERIDO	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Conformación de la compañía	\$ 1.500,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Capacitación, Promoción y publicidad	\$ 5758,75					
Infraestructura pública	\$ 18.388,94					
Patentes Municipales	\$ 100,00					
Permisos de Bomberos	\$ 25,00					
Total	\$ 25772,69					

Elaborado por: Paul Gualpa, 2016

e. Estructura de costos y gastos, proyectada para 5 años.

De acuerdo al Banco Central del Ecuador, en los periodos comprendidos desde los años 2011 al 2015 tuvieron una inflación anual de:

Tabla 219. Datos historicos de Inflación

Año	Inflación %
2011	5,41%
2012	4,16%
2013	2,70%
2014	3,67%
2015	3,38%
Total	19,32%
Inflación media	3,86%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Paul Gualpa, 2016

De acuerdo a la Coordinación General de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo del Ecuador, en su Boletín Turístico N°12. En los periodos comprendidos desde los años 2011 al 2015 tuvieron un crecimiento anual de Turistas:

Tabla 220. Datos históricos delCrecimiento turístico

Año	Ingreso de Turistas	%
2011	1047098	6,0
2012	1141037	5,8
2013	1271901	6,5
2014	1364057	6,2
2015	1557006	5,5
Crecimiento de Turistas		6%

Fuente: MINTUR,2016

Elaborado por: Paul Guallpa, 2016

Tabla 221. Estructura de costos y gastos proyectada para 5 años

RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTO DE PRODUCCION					
Transporte	\$ 19.442,98	\$ 20.194,26	\$ 20.974,56	\$ 21.785,02	\$ 22.626,79
Alimentación	\$ 33.024,18	\$ 34.300,24	\$ 35.625,60	\$ 37.002,17	\$ 38.431,94
Hospedaje	\$ 14.074,78	\$ 14.618,63	\$ 15.183,49	\$ 15.770,18	\$ 16.379,54
Guianza	\$ 25.532,54	\$ 26.519,12	\$ 27.543,82	\$ 28.608,11	\$ 29.713,53
Actividades	\$ 2.579,65	\$ 2.679,33	\$ 2.782,86	\$ 2.890,39	\$ 3.002,07
Logística	\$ 37.553,78	\$ 39.004,86	\$ 40.512,01	\$ 42.077,39	\$ 43.703,26
SUBTOTAL	\$ 132.207,92	\$ 137.316,44	\$ 142.622,35	\$ 148.133,27	\$ 153.857,14
COSTOS ADMINISTRATIVOS					
Servicios básicos	\$ 684,00	\$ 710,43	\$ 737,88	\$ 766,39	\$ 796,01
Sueldos y salarios	\$ 47.418,88	\$ 49.251,15	\$ 51.154,21	\$ 53.130,81	\$ 55.183,78
Arriendo	\$ 2.400,00	\$ 2.492,74	\$ 2.589,06	\$ 2.689,10	\$ 2.793,00
SUBTOTAL	\$ 50.502,88	\$ 52.454,31	\$ 54.481,15	\$ 56.586,30	\$ 58.772,79
COSTOS FINANCIEROS					
Intereses	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
SUBTOTAL	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00

COSTOS DE VENTA					
Capacitación Promoción y Publicidad	\$ 5.758,75	\$ 5.981,26	\$ 6.212,38	\$ 6.452,43	\$ 6.701,75
SUBTOTAL	\$ 5.758,75	\$ 5.981,26	\$ 6.212,38	\$ 6.452,43	\$ 6.701,75
TOTAL	\$ 188.469,55	\$ 195.752,01	\$ 203.315,87	\$ 211.172,00	\$ 219.331,68

Elaborado por: Paul Guallpa, 2016

f. Estructura de ingresos

Para la estructura de ingresos se consideró los valores de la demanda objetivo de cada segmento de mercado, los mismos que fueron obtenidos mediante diferentes cuotas de mercado establecidas en el cálculo de las proyecciones de la demanda.

Para cada producto se estableció un porcentaje que va de acuerdo a la naturaleza del producto turístico mismo que corresponde a cada segmento de mercado objetivo.

Para los paquetes turísticos 1, 2 y 3 la demanda objetivo regional (1218) se distribuyó de la siguiente manera:

- Paquete 1: 43%=524
- Paquete 2: 43%=524
- Paquete 5: 14% = 170

Para los productos turísticos N° 3 y 4 se distribuyó la demanda objetivo (202) de artesanías de la siguiente manera:

- Paquete 3: 50%=101
- Paquete 4: 50%=101

Para el producto N° 6 se asignó el 100% de la demanda objetivo, misma que está constituida por los 545 miembros de familia que consumen productos frutales que se cultivan en las parroquias de la Mancomunidad.

- Paquete 6: 100%= 545

Para el producto N°7 se asignó el 100% de la demanda objetivo (257 personas), misma que está constituida por la población de la ciudad de Riobamba que se encuentran en edades de 15 a 39 años.

- Paquete 7: $100\%=257$

Ingresos Anuales es igual a:

- $P1 \times Q$ (*Precio*Cantidad*)

Producto N°1: $\$124,87 \times 524 = \$65386,29$

Producto N°2: $\$179,31 \times 524 = \$93888,41$

Producto N°3: $\$31,43 \times 170 = \$5358,74$

Producto N°4: $\$31,43 \times 101 = \$3170,99$

Producto N°5: $\$32,20 \times 101 = \$3248,34$

Producto N°6: $\$32,97 \times 545 = \$17978,28$

Producto N°7: $\$40 \times 257 = \$10273,07$

- $(P1 \times Q1) + (P2 \times Q2) + (P3 \times Q3) + (P4 \times Q4) + (P5 \times Q5) + (P6 \times Q6) + (P7 \times Q7)$

$(\$65386,29) + (\$93888,41) + (\$5358,74) + (\$3170,99) + (\$3248,34) + (\$17978,28) + (\$10273,07) = \text{Ingresos: } \$199304,11$

- 2do Año

$(524 \times 0.06) + 524 = 555$

$(\$124,87 \times 0.0386) + 124 = \$129,70$

De la misma forma se proyectó para los siguientes 3 años hasta completar los años de vida planteados para el proyecto.

Tabla 222 Estructura de ingresos

ITEMS	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Altar "Nido del condor"					
Cientes	524	555	588	624	661
Precio	124,87	129,69	134,71	139,91	145,32
Altar "Treakking de las Lagunas"					
Cientes	524	555	588	624	661
Precio	179,30	186,23	193,43	200,90	208,66
San Gerardo "Ruta de la totora"					
Cientes	101	107	113	120	127
Precio	31,43	32,65	33,91	35,22	36,58
Guanando "Ruta de los ponchos"					
Cientes	101	107	113	120	127
Precio	32,2	33,44	34,74	36,08	37,47
Cubijés "Ruta de luces y bandas de pueblos"					
Cientes	171	181	192	203	215
Precio	31,43	32,65	33,91	35,22	36,58
Bayushig "Ruta de las manzanas"					
Cientes	545	578	613	650	688
Precio	32,97	34,24	35,56	36,94	38,37
Duatlon "Mirador de los volcanes"					
Cientes	257	272	289	306	324
Precio	40	41,55	43,15	44,82	46,55
	199304,11	219425,53	241578,38	265967,75	292819,43

Elaborado por: Paul Guallpa, 2016

Tabla 223. Indices de crecimiento turístico e inflación

Crecimiento del turismo	6%
Inflación	3,86%

Elaborado por: Paul Guallpa, 2016

g. Estado de resultados

Tabla 224 Estado de resultados.

ESTADO PROFORMA DE RESULTADOS					
RUBROS	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Ventas netas	\$ 199.304,11	\$ 219.425,53	\$ 241.578,38	\$ 265.967,75	\$ 292.819,43
- Costos de producción	\$ 132.207,92	\$ 137.316,44	\$ 142.622,35	\$ 148.133,27	\$ 153.857,14
(=) Utilidad Bruta	\$ 67.096,19	\$ 82.109,10	\$ 98.956,04	\$ 117.834,48	\$ 138.962,29
-Costos de administración	\$ 50.502,88	\$ 52.454,31	\$ 54.481,15	\$ 56.586,30	\$ 58.772,79
-Costos de ventas	\$ 5.758,75	\$ 5.981,26	\$ 6.212,38	\$ 6.452,43	\$ 6.701,75
(=) Utilidad operativa	\$ 10.834,56	\$ 23.673,52	\$ 38.262,51	\$ 54.795,76	\$ 73.487,75
-Costo financiero	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Activo diferido	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
(=) Utilidad neta antes de rep de utilidades	\$ 10.534,56	\$ 23.373,52	\$ 37.962,51	\$ 54.495,76	\$ 73.187,75
- Reparto de utilidades 15%	\$ 1.580,18	\$ 3.506,03	\$ 5.694,38	\$ 8.174,36	\$ 10.978,16
(=) Utilidad neta antes de impuestos	\$ 8.954,38	\$ 19.867,49	\$ 32.268,14	\$ 46.321,39	\$ 62.209,59
(-)Impuestos	\$ 1.074,53	\$ 2.980,12	\$ 6.453,63	\$ 9.264,28	\$ 15.552,40
(=) Utilidad neta	\$ 7.879,85	\$ 16.887,37	\$ 25.814,51	\$ 37.057,11	\$ 46.657,19

Elaborado por: Paul Gualpa, 2016

h. Cálculo del flujo de caja

Tabla 225 Cálculo del flujo de caja

RUBROS		0	1	2	3	4	5
+	VENTAS		\$ 199.304,11	\$ 219.425,53	\$ 241.578,38	\$ 265.967,75	\$ 292.819,43
-	COST. PRODUCC.		\$ 132.207,92	\$ 137.316,44	\$ 142.622,35	\$ 148.133,27	\$ 153.857,14
-	COSTOS. ADMINIS.		\$ 50.502,88	\$ 52.454,31	\$ 54.481,15	\$ 56.586,30	\$ 58.772,79
-	COSTOS VENTAS		\$ 5.758,75	\$ 5.981,26	\$ 6.212,38	\$ 6.452,43	\$ 6.701,75
-	AMORT. ACT. DIFE.(5 AÑ)		\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
=	UTILID. ANTES DE REP. UT. E IMP.		\$ 10.534,56	\$ 23.373,52	\$ 37.962,51	\$ 54.495,76	\$ 73.187,75
-	REPARTO UTILIDADES		\$ 1.580,18	\$ 3.506,03	\$ 5.694,38	\$ 8.174,36	\$ 10.978,16
=	UTILIDADES ANTES DE IMP.		\$ 8.954,38	\$ 19.867,49	\$ 32.268,14	\$ 46.321,39	\$ 62.209,59
-	IMPUESTO		\$ 1.074,53	\$ 2.980,12	\$ 6.453,63	\$ 9.264,28	\$ 15.552,40
=	UTILIDAD NETA		\$ 7.879,85	\$ 16.887,37	\$ 25.814,51	\$ 37.057,11	\$ 46.657,19
+	DEPRECIACIONES		\$ 1.692,29	\$ 1.692,29	\$ 1.692,29	\$ 1.692,29	\$ 1.692,29
-	INVERSIONES FIJAS	\$ 4.793,00					
-	ACTIVOS FIJOS ÁREA TÉCNICA	\$ 2.186,05					
-	INV. ACT. DIFERIDO	\$ 25.772,69					
-	INV. CAPITAL DE TRABAJO	\$ 50.502,88					
	FLUJO DE CAJA	-\$ 83.254,62	\$ 9.572,14	\$ 18.579,66	\$ 27.506,80	\$ 38.749,40	\$ 48.349,48

Elaborado por: Paul Guallpa, 2016

2. Viabilidad financiera.

VAN (Valor Actual Neto)

Datos:

Inversión del Proyecto: \$ 83.254,62

Flujo de Caja:

La tasa de rentabilidad: 15 %.

Tabla 226. Flujo de caja

AÑO	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA	-\$ 83.254,62	\$ 9.572,14	\$ 18.579,66	\$ 27.506,80	\$ 38.749,40	\$ 48.349,48

Elaborado por: Paul Gualpa, 2016

Formula para el cálculo del VAN:

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1+i)^1} + \frac{Q_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{Q_n}{(1+i)^n}$$

$$-83.254,6 + \frac{9.572,14}{(1+0.15)^1} + \frac{18.579,66}{(1+0.15)^2} + \frac{27.506,80}{(1+0.15)^3} + \frac{38.749,40}{(1+0.15)^4} + \frac{48.349,48}{(1+0.15)^5}$$

VAN= 3397,37

Formula para el cálculo del TIR:

$$0 = -A + \frac{Q_1}{(1+r)} + \frac{Q_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

$$0 = -83.254,6 + \frac{9.572,14}{(1+r)^1} + \frac{18.579,66}{(1+r)^2} + \frac{27.506,80}{(1+r)^3} + \frac{38.749,40}{(1+r)^4} + \frac{48.349,48}{(1+r)^5}$$

TIR: 16%

Tabla 227. Viabilidad Financiera

Valor Presente Neto (VPN)	3397,37
Tasa Interna de Retorno (TIR)	16%
Relación Beneficio-Costo	\$ 1,71

Elaborado por: Paul Gualpa, 2016

a. El valor actual neto

El proyecto del producto turístico tiene un VAN de \$3397,37 dando a conocer que existe una rentabilidad aceptable con un valor positivo.

b. Tasa interna de retorno

La TIR del proyecto es de **16%** lo que quiere decir que es viable financieramente.

c. La relación beneficio/costo.

La relación beneficio costo del proyecto es de \$1,71, lo que quiere decir que por cada 1 dólar invertido se obtendrá un beneficio de \$0,71 ctvs.

d. Periodo de recuperación de capital.

El periodo de recuperación de capital es en el tercer año, en donde se han cubierto en la totalidad la inversión, por lo que existen ganancias, a partir de ese periodo los ingresos superan a los egresos.

Tabla N° 1. Periodo de recuperación de capital.

AÑO	0	1	2	3	4	5
Periodo de recuperación del capital	-83254,62	-73682,48	-55102,82	-27596,02	11153,38	59502,85

Elaborado por: Paul Gualpa, 2016

3. Punto de Equilibrio

$$CF = Q1 (P1 - CvMe1) + Q2 (P2 - CvMe2) + \dots + Q7 (P7 - CvMe7).$$

Tabla 228. Costos del proyecto

SERVICIOS	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6	Producto 7	TOTAL
Transporte	12,00	12,00	6,00	6,00	6,00	8,00	1,09	51,09
Alimentación	21,00	25,50	5,50	5,50	5,50	6,50	12,00	81,50
Hospedaje	13,44	13,44	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	26,88
Guianza	16,00	24,00	5,00	5,00	5,00	5,00	0,00	60,00
Actividades	0,00	0,00	4,00	4,00	4,50	2,00	0,00	14,50
Logística	19,00	42,00	0	0,00	0,00	0,00	21,84	82,84
TOTAL	81,44	116,94	20,50	20,50	21,00	21,50	34,93	

Elaborado por: Paul Gualpa, 2016

Tabla 229. Costos de los productos

Producto 1		Producto 2		Producto 3	
CF	28,00	CF	36,00	CF	11,00
CV	53,44	CV	67,50	CV	9,50
Cientes	524	Cientes	524	Cientes	101
%	24%	%	24%	%	5%
PV	\$124,87	PV	\$179,31	PV	\$31,43
Producto 4		Producto 5		Producto 6	
CF	11,00	CF	11,00	CF	13,00
CV	9,50	CV	10,00	CV	\$ 8,50
Cientes	170	Cientes	101	Cientes	545
%	8%	%	5%	%	25%
PV	\$ 31,43	PV	\$32,20	PV	\$ 32,97
Producto 7					
CF	1,09				
CV	33,84				
Cientes	257				
%	12%				
PV	\$ 40,00				

Elaborado por: Paul Gualpa, 2016

Tabla 230.Punto de equilibrio

CF	\$ 44975,34
\$ 44975,34	\$ 839,20
Q	54

Elaborado por: Paul Gualpa, 2016

Datos:

- **CF**= (28*524) + (36*524)+ (11*101) +(11*170) +(11*101) +(13*545) +(1,09*257) =
\$ 44975,34
- **CF=\$44993,13**
- **\$ 44993,13**= 0,24Q (124,87-53,44) + 0,24Q (179,31-67,50)+ 0,05Q (31,43-9,50)+
0,08Q (31,43-9,50)+ 0,05Q (32,20-10,00)+ 0,25Q (32,97-8,50)+ 0,12Q (40-33,84)=
\$839,20
- **44993,13=839,20 Q**
- **Q= 53,61 = 54**

De acuerdo a al resultado de Punto de equilibrio, la mancomunidad CPAMV debe tener un nivel de ventas de 54 productos para cubrir los costos de producción de los paquetes turísticos, sin obtener ningún beneficio económico, para lo cual deberá intensificar su nivel de ventas.

IX. CONCLUSIONES

- A. De acuerdo al análisis del potencial turístico, la Mancomunidad Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes posee 33 recursos turísticos, 19 naturales y 14 manifestaciones culturales, de las cuales 1 es de jerarquía IV, considerado como un atractivo de gran significado para el mercado turístico nacional e internacional, 3 atractivos de jerarquía III, son atractivos con rasgos excepcionales en un país capaz de motivar la corriente actual o potencial de visitantes, 18 atractivos de Jerarquía II considerados atractivos con rasgos llamativos capaz de interesar a visitantes y 4 de Jerarquía I son atractivos sin méritos suficientes para considerarlos en las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico.
- B. El estudio de mercado permitió establecer las bases para la creación de los productos turísticos, mediante la caracterización de los diferentes tipos de segmentos, que en su mayoría prefieren realizar actividades en contacto con la naturaleza, otro grupo que prefiere la convivencia con la población local visitando talleres artesanales, granjas agrícolas y degustando la gastronomía, y un último grupo que está interesado en realizar actividades deportivas como el ciclismo, el trekking y la participación en eventos de competencia.
- C. Debido a que la Mancomunidad está incursionando en el ámbito del turismo, los productos turísticos están dirigidos hacia la demanda nacional de manera directa; mediante el estudio técnico se concluyó con la creación de 7 productos turísticos, los productos 1 y 2 están diseñados para las personas que prefieren realizar turismo de naturaleza, los productos 3, 4, 5 y 6 están diseñados para grupos familiares, niños y personas que prefieren recorridos cortos con actividades culturales y en contacto con los miembros de una localidad; el producto 7 está diseñado para los jóvenes que prefieren llevar su experiencia al límite y participar en eventos de competencia.
- D. Las actividades propuestas en los productos turísticos son viables debido a que los impactos positivos (699) superan a los impactos negativos (183) lo que significa que no causarán impactos ambientales de gran magnitud.
- E. De acuerdo al estudio de capacidad de carga para los productos que operan en áreas naturales protegidas, cumplen con las especificaciones del Plan de Manejo del Parque Nacional Sangay 2008, el cual sugiere que se pueden manejar hasta 4 grupos de 8 hasta 12 personas al día.
- F. Luego del análisis exhaustivo de las Leyes pertinentes como la Constitución de la República, el COOTAD, la LOEP, la Ley de Economía Popular y Solidaria, La Ley de Régimen Tributario, etc. La figura legal para la operación de los productos turísticos, es

- G. mediante la creación de una empresa pública de turismo “Mirador de los Volcanes EP”, la misma que tendrá autonomía legal, financiera y administrativa para promover la comercialización y operación de productos turísticos sostenibles en los territorios que conforman la mancomunidad.
- H. Los productos turísticos financieramente son rentables pues los indicadores $VAN = \$ 3397,37$ $TIR=16\%$ son positivos, el capital invertido se recuperaría en 3 años y la relación Beneficio/Costo es de 1,71 siendo favorable la inversión.

X. RECOMENDACIONES

- A. Es necesario trabajar en la implementación de facilidades turísticas y planta turística en los centros poblados, de esta manera se contribuye a crear fuentes de empleo, la protección de los recursos por parte de sus pobladores y ampliar la oferta de servicios pudiendo de esta manera enfocarnos también en la demanda internacional.
- B. Se recomienda la creación de nuevos productos turísticos que permitan ampliar la oferta turística en los territorios de la Mancomunidad, tomando como base el estudio de mercado realizado en el presente documento.
- C. Se recomienda la formación continua de los prestadores de servicios turísticos con el fin de alcanzar estándares de calidad, competitivos a nivel nacional e internacional.
- D. La Mancomunidad Mirador de los Volcanes debe trabajar en la gestión del turismo en el territorio impulsando la organización turística entre pobladores, de manera prioritaria con las comunidades que se encuentren cercanos a los recursos turísticos.
- E. Se recomienda que la Mancomunidad Mirador de los Volcanes trabaje e impulse la creación de la empresa pública de turismo con el fin de poder regular el turismo en los territorios de la mancomunidad y el trabajo orientado a la prestación de productos y servicios turísticos de calidad.
- F. Debido a que los territorios de la mancomunidad se encuentran en 3 jurisdicciones cantonales, y si hubiese dificultad por la expedición del acto normativo para su constitución, de acuerdo al art 5 de la LOEP, se podrán constituir empresas públicas de coordinación, para articular y planificar las acciones de un grupo de empresas públicas por un mismo nivel de gobierno, con el fin de lograr mayores niveles de eficiencia en la gestión técnica administrativa y financiera.

XI. RESUMEN

La presente investigación propone el: diseño de productos turísticos para la mancomunidad corredor productivo ambiental Mirador de los Volcanes, provincia de Chimborazo; territorio conformado por las parroquias San Gerardo, Cubijies, Quimiag, Guanando, La Candelaria y Bayushig, consta de seis etapas, la evaluación del potencial turístico del territorio, el estudio de viabilidad comercial, el estudio de viabilidad técnica para creación de productos turísticos, el estudio de viabilidad ambiental, el estudio de la viabilidad legal y administrativa, y el estudio de viabilidad Económica Financiera. Se determinó que la Mancomunidad "MCPAMV" cuenta con 33 atractivos turísticos, 19 naturales y 14 culturales con gran potencial para generar interés en los turistas. La demanda está formada principalmente por la población regional que se encuentra en condiciones económicas media, media alta y alta de las poblaciones urbanas de la zona 3, quienes salen los fines de semana hacia las parroquias aledañas y manifiestan que las actividades que desean realizar son campamentos (12,7 %), caminatas (12%), ciclismo (11,4%), cabalgatas (10,8%), degustación gastronómica (10,3%) y la visita a montañas (10%), actividades que orientan al ecoturismo, donde se han diseñado 7 productos turísticos mismos que tienen una duración de 1, 2 y 3 días y su comercialización se realizará mediante el internet y en convenio con agencias de viajes. La figura legal propuesta para la operación de los productos es mediante la creación de una Empresa Pública de Turismo, además se ha identificado que los impactos ambientales positivos (699) predominan sobre los negativos (-183), siendo mínima la afectación al ambiente. Se determinó la factibilidad económica y financiera de los productos, teniendo un TIR de 16%, la recuperación del capital se realizará en el 4to año y la relación B/C es de \$1,71, lo que permite concluir que los productos son factibles.

Palabras claves: productos turísticos, mancomunidad, atractivos turísticos.



XII. SUMMARY

This research proposes: designing tourism products for the productive running community environmental Volcanoes viewpoint, Chimborazo province ; territory comprised of the parishes San Gerardo, Cubijes, Quimiag, Guanando, La Candelaria and Bayushig, consists of six stages, evaluation of the tourism potential of the territory, the study of commercial viability, technical feasibility study for creation of tourism products, environmental feasibility study, the study of the legal and administrative feasibility and economic viability study Financial. It was determined that the Commonwealth "MCPAMV" has 33 attractions, 19 natural and 14 cultural with great potential to generate interest in tourists. The demand is mainly formed by the regional population is on average economic conditions and high and upper middle of urban populations in Zone 3, who go out on weekends to neighboring parishes and state that the activities they desire are camps (12.7%) walks (12%), cycling (11.4%), horseback riding (10.8%), gastronomic (10.3%) tasting and visit to mountains (10%), activities that guide ecotourism, where they have designed seven tourism products thereof having a duration of 1, 2 and 3 days and marketing was done through the internet and in partnership with travel agencies. The legal form proposed for the operation of the products is by creating a Public Company Tourism also has been identified that positive environmental impacts (699) predominate over negative (-183), with minimal involvement to the environment. Economic and financial feasibility of the products was determined, taking TIR of 16%, capital recovery will take place in the 4th year and the B / C ratio is \$ 1, 71, leading to the conclusion that the products are feasible.

Keywords: tourism products, community, tourist attractions.

By: Paul Guallpa



XIII. BIBLIOGRAFÍA

Berganza, M., & Ruiz, J. (2005). Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación. Madrid: Mc Graw Hill.

Union Europea. (2010). Cómo realizar un estudio de mercado. Recuperado el 08/10/2015, de http://www.bicgalicia.org/files/Manuais_Xestion/cast/3 RealizarEstudode Mercado_cas.pdf

Chan, N. (2005). Circuitos turísticos. Recuperado el 22/09/2015, de http://www.academia.edu/7023433/Circuitos_Turísticos._Programación_y_cotización._Nélida_Chan.

Collazos, J. (2002). El estudio de mercado en los proyectos de inversión. Recuperado el 22/09/2015, de www.bertora.com/.../Factores%20clave%20para%20el%20exito.pdf.

Constitución de la Republica del Ecuador. (2008). Organización del territorio capitulo segundo. Quito: Juridica del Ecuador. p. 77.

Farías, E. (2003). Propuesta para catalogar recursos naturales susceptibles a la práctica de actividades recreativo-depotivo-turísticas. Revista Montes. 72, 46-54.

Organización de las Naciones Unidad para la Alimentación y la Agricultura. (2014). El estudio de línea de base en un diagnóstico participativo de comunicación rural. Fao.org. Recuperado el 02/10/2015, de <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/011/y5793s/y5793s03.pdf>

Hernández, I. (2010). El diagnostico turístico, ecoturismo genuidno.ning.com. Recuperado el 02/10/2015, de <http://ecoturismogenuino.ning.com/profiles/blogs/el-diagnostico-turistico>.

López M. Aceves J. Pellat A., & Puerta C. (2012). Estudio de inversión como un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión. Itson.mx. Recuperado el 20/09/2015, de <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudioadmtivo.pdf>.

Ibáñez R., & Rodríguez, I. (2007). Tipología y antecedentes del turismo. INEC.gob.mx Recuperado el 22/09/ 2015, de <http://www2.inecc.gob.mx/publicaciones/libros/669/tipologias.pdf>.

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2008). Guía para la elaboración

- del plan de desarrollo turístico de un territorio. Territorios centro americanos.org. Recuperado el 18/09/2015, de <http://www.territorioscentroamericanos.org/experiencias/Documents/Costa%20Rica/M.%20Guía%20turismo%20territorio.pdf> .
- Business Travel and Logistics. (2015). Importancia del turismo en el Ecuador. Btltravel.com.ec. Recuperado el 18/09/2015. <http://btltravel.com.ec/la-importancia-del-turismo-en-el-ecuador/>.
- Instituto Nacional del Emprendedor. (2014). Analisis de la demanda. Contactopyme.gob.mx. Recuperado el 30/09/2015, de http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/tmercado/curso_tc/index.html.
- Iturriz, J. (2015). Valor Actual Neto. Expansión.com. Recuperado el 30/09/2015, de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/valor-actualizado-neto-van.html>.
- Komiya, A. (2013). Análisis de la competencia. Crecenegocios.com. Recuperado el 30/09/2015, de <http://www.crecenegocios.com/el-analisis-de-la-competencia/>.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2014). Oferta turística. Mincetur.gob.pe. Recuperado el 28/09/2015, de http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf.
- Molina, S. (2010). Conceptualización del Turismo: teoría general de sistemas (TGS). México: ibid. pp. 30-41.
- Noboa, P. (2003). Texto básico de antropología. Riobamba: ESPOCH.
- Organización Mundial del Turismo. (2007). Turismo en cifras. Unwnto.corg. Recuperado el 22/09/2015, de <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>.
- Organización Mundial de Turismo. (2014). Turismo un fenómeno económico y social. Unwto.org. Recuperado el 22/09/2015, de <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>.
- Organización de las Naciones Unidas. (2012). Herramientas para el análisis de problemas. Endvawnow.org. Recuperado el 22/09/2015, de <http://www.endvawnow.org>

/es/articles/1176-herramientas-para-el-analisis-del-problema.html?next=1177.

Peter, Z., & Grassmann. (2006). Guía para evaluar el potencial turístico de un territorio. Extremadura – España: leader. p. 143.

Pixel. (2013). Las 4C del Marketing. pixel-creativo.blogspot.com. Recuperado el 26/04/2016, de <http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/las-4-c-del-marketing.html>.

Perez, L. (2014). Relación beneficio costo de agroproyectos. agroproyectos.org. Recuperado el 22/09/2015. <http://www.agroproyectos.org/2013/08/relacion-beneficio-costo.html>.

Ricaurte, C. (2007). Texto básico de marketing turístico. Riobamba: ESPOCH. p. 34.

Ricaurte, C. (2009). Manual para el diagnóstico turístico local, dspace.espol.edu.ec. Recuperado el 19/09/2015, de <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/8300/4/Manual%20de%20diagnóstico%20turístico%20local.pdf>.

Smith, S. (2012). La importancia del tamaño de muestra en una investigación. Recuperado el 19/09/2015, de http://www.ehowenespanol.com/importancia-del-tamano-muestra-investigacion-hechos_103210/.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2015). Lineamientos para la elaboración de planes de desarrollo y ordenamiento territorial parroquiales. Quito: semplades.

Vaquiroy, J. (2010). Periodo de recuperación de la inversión. Recuperado el 29/09/2015, de <http://www.pymesfuturo.com/pri.htm>.

Vega, I. (2009). Estudios de viabilidad para negocios. Uprn.edu. Recuperado el 27/09/2015, de http://www.uprm.edu/cde/public_main/Informes_Articulos/articulos/Articulo_Viabilidad.pdf.

Vera F. (1997). Análisis Territorial del Turismo: ordenación, planificación y gestión del territorio turístico. Barcelona: Ariel.

Neira, M. (2014). Viabilidad Económica y financiera. Factibilidad del proyecto empresarial. Del departamento de cooperativas. En www.decoop.cl. Recuperado el 27/09/2015, de

<http://www.decoop.cl/Inicio/FomentoCooperativo/CursosenLínea/FACTIBILIDADDELPROYECTOEMPRESARIAL/tabid/130/Default.aspx>.

Villegas, A. (2012). Conceptos preliminares de estadística. Uaca.ac.cr. Consultado el 26/09/2015, de www.uaca.ac.cr/bv/ebooks/estadistica/9.pdf.

X. ANEXOS

Anexo 1. Encuesta para demanda regional

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO MANCOMUNIDAD "CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES"	
Estimado/a: La presente encuesta tiene por objeto determinar los gustos y preferencias de turistas al momento de realizar sus viajes, dicha información servirá para la creación de Productos Turísticos en la Provincia de Chimborazo de manera puntual en los territorios que conforman la Mancomunidad denominada "Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes" "MCPAMV" integradas por las parroquias de San Gerardo, Cubijes, Quimiag, <u>Guanando</u> , <u>Bayushig</u> y la Candelaria.	
Por favor sus respuestas deben ser realizadas con la mayor libertad, pues su opinión y sugerencias serán de mucha ayuda.	
1. Género a. Masculino <input type="checkbox"/> b. Femenino <input type="checkbox"/>	
2. Edad a. <18 <input type="checkbox"/> b. 18 - 26 <input type="checkbox"/> c. 27-35 <input type="checkbox"/> d. 36-44 <input type="checkbox"/> e. 45-53 <input type="checkbox"/> f. 54-62 <input type="checkbox"/> g. 63-71 <input type="checkbox"/>	
3. Procedencia	
4. ¿Cuál es el motivo / Ocasión principal por el cual realiza sus viajes de turismo? (Elija una opción) a. Fin de semana <input type="checkbox"/> b. Feriado <input type="checkbox"/> c. Vacaciones <input type="checkbox"/> d. Negocios <input type="checkbox"/> e. Estudios <input type="checkbox"/> f. Trabajo <input type="checkbox"/> g. Visita a parientes y amigos <input type="checkbox"/> h. Otros.....	
5. ¿En qué temporada del año viaja por turismo? (Elija una opción) a. Enero a marzo <input type="checkbox"/> b. Abril a junio <input type="checkbox"/> c. Julio a septiembre <input type="checkbox"/> d. Octubre a diciembre <input type="checkbox"/>	
6. ¿Usualmente Ud. Con quién viaja? (Elija una opción) a. Solo <input type="checkbox"/> b. En pareja <input type="checkbox"/> c. Amigos <input type="checkbox"/> d. Familia <input type="checkbox"/>	
7. ¿De qué forma viaja? (Elija una opción) a. Viaje organizado por su propia cuenta <input type="checkbox"/> b. Viaje organizado por Agencia de viajes o Tour operador <input type="checkbox"/>	
8. ¿Cuánto es el promedio de gasto diario en sus viajes? (Elija una opción) a. 50 - 69 USD <input type="checkbox"/> b. 70 - 89 USD <input type="checkbox"/> c. 90 -119 USD <input type="checkbox"/> d. De 120 dólares en adelante <input type="checkbox"/>	
9. ¿Ha realizado alguna actividad turística en la provincia de Chimborazo? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
10. ¿Le gustaría realizar actividades turísticas en la Provincia de Chimborazo? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
11. ¿Compraría Ud. Paquetes turísticos hacia la provincia de Chimborazo? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
12. ¿Qué atractivos de la Prov. Chimborazo le gustaría visitar? (Elija dos opciones) a. Montañas <input type="checkbox"/> b. Lagunas <input type="checkbox"/> c. Talleres artesanales <input type="checkbox"/> d. Fiestas populares <input type="checkbox"/> e. Granjas agrícolas <input type="checkbox"/> f. Senderos <input type="checkbox"/>	
13. ¿Qué actividades le gustaría realizar en la Prov. de Chimborazo? (Elija dos opciones) a. Convivencia con familias de comunidades <input type="checkbox"/> b. Visita a granjas agrícolas <input type="checkbox"/> c. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/> d. Degustación Gastronómica <input type="checkbox"/> e. Cabalgata <input type="checkbox"/> f. Ascensión a nevados <input type="checkbox"/> g. Participar en festividades locales <input type="checkbox"/> h. Ciclismo <input type="checkbox"/> i. <u>Downhill</u> (Descenso de montaña) <input type="checkbox"/> j. Caminatas <input type="checkbox"/> k. Visita a Fabricas de lácteos <input type="checkbox"/> l. Campamentos <input type="checkbox"/> m. Rafting (Descenso de ríos) <input type="checkbox"/> n. Escalada <input type="checkbox"/>	
14. ¿Cuáles de los siguientes servicios turísticos le gustaría se incluya en el producto turístico de la Prov. Chimborazo? (Elija hasta tres opciones) a. Alojamiento <input type="checkbox"/> b. <u>Guianza</u> Turística <input type="checkbox"/> c. Transporte <input type="checkbox"/> d. Alimentación <input type="checkbox"/> e. Servicio de Tours <input type="checkbox"/> f. Alquiler de Bicicleta <input type="checkbox"/> g. Alquiler equipos de camping <input type="checkbox"/> h. Otros.....	
15. ¿Cuántos días estaría dispuesto a quedarse en la Prov. de Chimborazo? (Elija una opción) a. 1 día <input type="checkbox"/> b. 2 días <input type="checkbox"/> c. 3 días <input type="checkbox"/> d. 4 días <input type="checkbox"/> e. 5 días o más <input type="checkbox"/>	
16. ¿Cuáles son los establecimientos de hospedaje le gustaría se incluya en el producto turístico de la Prov. Chimborazo? (Elija una opción) a. Hotel <input type="checkbox"/> b. Cabaña <input type="checkbox"/> c. Área de camping <input type="checkbox"/> d. Casas de familias <input type="checkbox"/> e. Refugio <input type="checkbox"/> f. Otros.....	
17. ¿Qué tipo de alimentación le gustaría se incluya en el producto turístico de la Prov. de Chimborazo? a. Vegetariana <input type="checkbox"/> b. Comida Nacional <input type="checkbox"/> c. Tradicional del sector <input type="checkbox"/>	
18. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por día y por persona por realizar actividades turísticas en la Prov. de Chimborazo? (Elija una opción) a. 50 - 69 USD <input type="checkbox"/> b. 70 - 89 USD <input type="checkbox"/> c. 90 -119 USD <input type="checkbox"/> d. De 120 dólares en adelante <input type="checkbox"/>	
19. ¿Por qué medios considera Ud. Se debería hacer promoción turística? (Elija una opción) a. Prensa <input type="checkbox"/> b. Revistas <input type="checkbox"/> c. Internet <input type="checkbox"/> d. Guía de viajes <input type="checkbox"/> e. Amigos <input type="checkbox"/> f. Otros.....	
GRACIAS POR SU APORTE	

Anexo2. Encuesta para demanda de productos frutales

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO
MANCOMUNIDAD

“CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES”

Estimado/a:

La presente encuesta tiene por objeto caracterizar la oferta demanda de artesanías de las parroquias que conforman la Mancomunidad denominada “Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes” “MCPAMV” integradas por las parroquias de San Gerardo, Cubijes, Quimiag, Guanando, Bayushig y la Candelaria. Dicha información servirá como insumo para la creación de Productos Turísticos en estos territorios.

Por favor sus respuestas deben ser realizadas con la mayor libertad, pues su opinión y sugerencias serán de mucha ayuda.

1. Nombre: _____

2. Género

e. Masculino ☐
f. Femenino ☐

3. Edad

a. <18 ☐ b. 18 - 26 ☐ c. 27-35 ☐ d. 36-44 ☐ e. 45-53 ☐ f. 54-62 ☐ g. 63-71 ☐

4. Procedencia

5. Nivel de instrucción

a. Ninguno ☐
d. Secundaria ☐

b. Primaria Completa ☐
c. Superior ☐

e. Primaria incompleta ☐
f. Posgrado ☐

6. Actividad Productiva a la que se dedica _____

7. ¿Productos que compra en las parroquias que conforman la mancomunidad MCPAMV?

PRODUCTO	DONDE COMPRA	CANTIDAD
a. _____	_____	_____
b. _____	_____	_____
c. _____	_____	_____
d. _____	_____	_____

8. ¿Qué le motiva a comprar estos productos?

a. Calidad b. Precio c. Cercanía
d. Materiales c. Otros _____

9. ¿Cómo compran?

a. En el sitio de elaboración ☐ b. Bajo pedido y entrega del productor ☐

10. ¿Quiénes participan de la compra?

a. Comerciantes ☐ b. Consumidor final ☐ c. Otros _____

11. ¿Cuál es el precio al que vende las artesanías? _____

GRACIAS POR SU APOORTE

Anexo 3. Encuesta para Productores de artesanías

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO MANCOMUNIDAD "CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES"													
Estimado/a: La presente encuesta tiene por objeto caracterizar la oferta manufacturera en la parroquia, dicha información servirá para la creación de Productos Turísticos en la Provincia de Chimborazo de manera puntual en los territorios que conforman la Mancomunidad denominada "Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes" "MCPAMV" integradas por las parroquias de San Gerardo, Cubijes, Quimiag, <u>Guanando</u> , <u>Bayushig</u> y la Candelaria.													
Por favor sus respuestas deben ser realizadas con la mayor libertad, pues su opinión y sugerencias serán de mucha ayuda.													
1. Nombre: _____													
2. Género a. Masculino <input type="checkbox"/> b. Femenino <input type="checkbox"/>													
3. Edad a. <18 <input type="checkbox"/> b. 18 - 26 <input type="checkbox"/> c. 27-35 <input type="checkbox"/> d. 36-44 <input type="checkbox"/> e. 45-53 <input type="checkbox"/> f. 54-62 <input type="checkbox"/> g. 63-71 <input type="checkbox"/>													
4. Procedencia _____													
5. Nivel de instrucción a. Ninguno <input type="checkbox"/> b. Primaria Completa <input type="checkbox"/> c. Primaria incompleta <input type="checkbox"/> d. Secundaria <input type="checkbox"/> e. Superior <input type="checkbox"/> f. Posgrado <input type="checkbox"/>													
6. Número de miembros de familia _____													
7. Productos que elaboran a. _____ b. _____ c. _____ d. _____													
8. Cantidad de Producción a. _____ b. _____ c. _____ d. _____													
9. Materia prima que utiliza _____ _____ _____													
10. Herramientas que facilitan la elaboración del producto _____ _____ _____	11. Proceso de elaboración a. _____ b. _____ c. _____ d. _____ e. _____ f. _____ g. _____ h. _____												
	12. Tiempo que dura producir a. Diaria <input type="checkbox"/> b. Semanal <input type="checkbox"/> c. Quincenal <input type="checkbox"/> d. Mensual <input type="checkbox"/> e. Semestral <input type="checkbox"/> f. Anual <input type="checkbox"/> g. Más de un año <input type="checkbox"/> h. Otro <input type="checkbox"/>												
	13. N° Personas que trabajan _____												
	<table style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">14. Donde comercializan el producto</th> <th style="text-align: left;">Cantidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>a. _____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>b. _____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>c. _____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>d. _____</td><td>_____</td></tr> <tr><td>e. _____</td><td>_____</td></tr> </tbody> </table>	14. Donde comercializan el producto	Cantidad	a. _____	_____	b. _____	_____	c. _____	_____	d. _____	_____	e. _____	_____
14. Donde comercializan el producto	Cantidad												
a. _____	_____												
b. _____	_____												
c. _____	_____												
d. _____	_____												
e. _____	_____												
	15. ¿Qué tipo de servicios básicos dispone? Luz <input type="checkbox"/> Agua <input type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Baño <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Móvil <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/>												
	16. Tipo de accesibilidad a. Camino o sendero <input type="checkbox"/> b. Vía lastrada <input type="checkbox"/> c. Vía adoquinada <input type="checkbox"/> d. Vía Pavimentada <input type="checkbox"/> e. Vía Asfaltada <input type="checkbox"/>												
	17. ¿Qué actividad complementaria desarrolla? a. _____ b. _____ c. _____ d. _____												
	18. ¿Le gustaría que tener visitas de turistas en su emprendimiento? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>												
GRACIAS POR SU APOORTE													

Anexo 4. Encuesta para Productores de frutas

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO MANCOMUNIDAD "CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES"	
Estimado/a: La presente encuesta tiene por objeto caracterizar la oferta productiva en la parroquia, dicha información servirá como insumo para la creación de Productos Turísticos en la Provincia de Chimborazo de manera puntual en los territorios que conforman la Mancomunidad denominada "Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes" MCPAMV integradas por las parroquias de San Gerardo, Cubijes, Quimiag, Guanando, Bayushig y la Candelaria.	
Por favor sus respuestas deben ser realizadas con la mayor libertad, pues su opinión y sugerencias serán de mucha ayuda.	
1. Nombre: _____	
2. Género c. Masculino <input type="checkbox"/> d. Femenino <input type="checkbox"/>	
3. Edad a. <18 <input type="checkbox"/> b. 18 - 26 <input type="checkbox"/> c. 27-35 <input type="checkbox"/> d. 36-44 <input type="checkbox"/> e. 45-53 <input type="checkbox"/> f. 54-62 <input type="checkbox"/> g. 63-71 <input type="checkbox"/>	
4. Procedencia _____	
5. Nivel de instrucción a. Ninguno Secundaria <input type="checkbox"/> b. Primaria Completa <input type="checkbox"/> c. Primaria incompleta <input type="checkbox"/> d. Superior <input type="checkbox"/> f. Posgrado <input type="checkbox"/>	
6. Número de miembros de familia _____	
7. Actividad Productiva a la que se dedica _____	
8. Productos b. _____ b. _____ c. _____ d. _____	
9. Superficie productiva _____	
10. Cantidad de Producción b. _____ b. _____ c. _____ d. _____	
11. Materia prima para la producción _____ _____ _____ _____	
12. Herramientas que facilitan la producción _____ _____ _____	
13. Proceso de producción _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____	
14. Tiempo que dura producir a. Diaria <input type="checkbox"/> b. Semanal <input type="checkbox"/> c. Quincenal <input type="checkbox"/> d. Mensual <input type="checkbox"/> e. Semestral <input type="checkbox"/> f. Anual <input type="checkbox"/> g. Más de un año <input type="checkbox"/> h. Otro <input type="checkbox"/>	
15. N° Personas que trabajan _____	
16. Donde comercializan el producto	Cantidad
f. _____	_____
g. _____	_____
h. _____	_____
i. _____	_____
j. _____	_____
17. ¿Qué tipo de servicios básicos dispone? Luz <input type="checkbox"/> Agua <input type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Baño <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Móvil <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/>	
18. Tipo de accesibilidad a. Camino o sendero <input type="checkbox"/> b. Vía lastrada <input type="checkbox"/> c. Vía adoquinada <input type="checkbox"/> d. Vía Pavimentada <input type="checkbox"/> e. Vía Asfaltada <input type="checkbox"/>	
19. ¿Qué actividad complementaria desarrolla? e. _____ f. _____ g. _____ h. _____	
20. ¿Le gustaría que tener visitas de turistas en su emprendimiento? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
GRACIAS POR SU APOORTE	

Anexo 5. Encuesta para comerciantes intermediarios

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO
MANCOMUNIDAD
"CORREDOR PRODUCTIVO AMBIENTAL MIRADOR DE LOS VOLCANES"

Estimado/a:

La presente encuesta tiene por objeto caracterizar la oferta demanda de artesanías de las parroquias que conforman la Mancomunidad denominada "Corredor Productivo Ambiental Mirador de los Volcanes" "MCPAMV" integradas por las parroquias de San Gerardo, Cubijies, Quimiag, Guanando, Bayushig y la Candelaria. Dichainformación servirá como insumo para la creación de Productos Turísticos en estos territorios.

Por favor sus respuestas deben ser realizadas con la mayor libertad, pues su opinión y sugerencias serán de mucha ayuda.

1. **Nombre:** _____

2. **Género**

- e. Masculino ☐
f. Femenino ☐

3. **Edad**

- a. <18 ☐ b. 18 - 26 ☐ c. 27-35 ☐ d. 36-44 ☐ e. 45-53 ☐ f. 54-62 ☐ g. 63-71 ☐

4. **Procedencia**

5. **Nivel de instrucción**

- a. Ninguno ☐ b. Primaria Completa ☐ c. Primaria incompleta ☐
d. Secundaria ☐ e. Superior ☐ f. Posgrado ☐

6. **Actividad Productiva a la que se dedica** _____

7. **¿Productos que compra en las parroquias que conforman la mancomunidad MCPAMV?**

PRODUCTO	DONDE COMPRA	CANTIDAD
a. _____	_____	_____
b. _____	_____	_____
c. _____	_____	_____
d. _____	_____	_____

8. **¿Qué le motiva a compra estos productos?**

- a. Calidad b. Precio c. Cercanía
d. Materiales e. Otros _____

9. **¿Cómo compran?**

- a. En el sitio de elaboración ☐ b. Bajo pedido y entrega del productor ☐

10. **¿Quiénes participan de la compra?**

- a. Comerciantes ☐ b. Consumidor final ☐ c. Otros _____

11. **¿Cuál es el precio al que vende las artesanías?** _____

GRACIAS POR SU APORTE

Anexo 6. Criterios de puntuación de los parámetros del IPT.

Parámetros		Definición	Puntuación				
			1	2	3	4	5
1	Descripción del Recurso	Características y elementos que conforman el recurso	Características y elementos comunes	Características y elementos propios del recurso	Características y elementos que se destacan en relación a otros recursos	Características y elementos que lo convierten en uno de los principales recursos entro del área	Con características únicas e incomparables dentro del área.
2	Recursos individuales	Elementos que conforman el recurso	De 1 a 3 elementos	De 4 a 5 elementos	De 6 a 8 elementos	De 9 a 10 elementos	Más de 10 elementos
3	Permisos y restricciones	Requisitos y normas que se deben cumplir para tener acceso al recurso	Restringido todo el año	Restringido ciertos meses del año	Restringido ciertos días del año	Restringido de acuerdo a las necesidades del recurso	Sin restricciones por la naturaleza del recurso.
4	Unicidad	Cualidad de ser único, irrepetible, sólo, singular	Es un recurso común en la zona	Es un recurso representativo en la zona	Es un recurso que se destaca en la zona	Es uno de los principales recursos de la zona	Es un recurso único en la zona.

Parámetros		Definición	Puntuación				
			1	2	3	4	5
5	Introducción de especies	Es el ingreso de organismos no nativos del lugar o del área en que se los considera introducidos, y han sido accidental o deliberadamente transportados a una nueva ubicación por las actividades humanas	Alta fragilidad y registro de especies introducidas invasivas.	Alta fragilidad pero presenta pocas especies introducidas invasivas	Frágil media pero registra especies introducidas.	baja fragilidad pero con registro de pocas especies introducidas	Mínima fragilidad y sin registro de especies introducidas.
6	Vulnerabilidad de las especies	Es la incapacidad de resistencia de las especies ante la amenaza de factores tanto internos como externos	Altamente vulnerable a los cambios internos y externos	Vulnerable a los cambios internos y externos	Es medianamente vulnerable a los cambios internos y externos	Es poco vulnerable a los cambios internos y externos	Es mínimamente vulnerable a los cambios internos y externos
7	Erosionabilidad	Es la degradación del suelo o roca que producen distintos procesos en la superficie de la Tierra	Suelo erosionado totalmente	Suelo altamente erosionado	Suelo medianamente erosionado	Suelo poco erosionado	Suelo sin presencia de erosión

Parámetros		Definición	Puntuación				
			1	2	3	4	5
8	Usos Actuales	Hace referencia al aprovechamiento que se le da en ese momento al recurso	La actividad de aprovechamiento no aporta al recurso ni a las comunidades aledañas)	Aporta de cierta manera al recurso pero no a las comunidades aledañas)	Aporta al recurso y de cierta manera a las comunidades aledañas)	Aporta mucho al recurso así como para todas las comunidades aledañas)	La actividad de aprovechamiento es importante para el recurso y necesario para las comunidades aledañas)
9	Usos Potenciales	Hace referencia a los usos que a futuro se le pueden dar al recurso mediante su buen aprovechamiento y mejoramiento.	No aporta al recurso ni a las comunidades aledañas)	Aporta de cierta manera al recurso pero no a las comunidades aledañas)	Aporta al recurso y de cierta manera a las comunidades aledañas)	Aporta mucho al recurso así como para todas las comunidades aledañas)	Es muy importante para el recurso e indispensable para las comunidades aledañas)
10	Necesidades turísticas	Son las necesidades turísticas que hacen falta al atractivo para potenciarse	10 a 20 necesidades	7 a 9 necesidades	6 a 4 necesidades	3 a 1 necesidades	Las necesidades son casi nulas
11	Positivos	Resultado de una acción o actividad que produce una alteración favorable en el medio o en alguno de los componentes del medio	El recurso no genera impactos positivos a nivel turístico.	El recurso genera poco impacto positivo a nivel turístico.	El recurso genera un considerable impacto a nivel turístico.	El recurso genera un alto impacto a nivel turístico.	El recurso genera un muy alto impacto a nivel turístico

Parámetros		Definición	Puntuación				
			1	2	3	4	5
12	Estado de conservación	El grado de integridad física en que se encuentra el atractivo	Muy Deteriorado (El recurso ha sufrido cambios drásticos y notorios, no existen acciones de mejora)	En proceso de deterioro (El recurso está sufriendo cambios notorios ,no existen acciones de mejora ni de mantenimiento)	En estado regular, con mantenimiento de forma esporádica	El recurso esta conservado, acciones de mejoramiento y de mantenimiento.	El recurso se encuentra sin alteraciones, no necesita mejoras, solo acciones de mantenimiento.
13	Entorno	Se refiere al ambiente físico- biológico y socio- cultural que rodea al recurso	El entorno ha sufrido cambios drásticos y notorios, no existen acciones de mejora	El entorno esta sufriendo cambios notorios ,no existen acciones de mejora ni de mantenimiento)	El entorno se encuentra en buen estado, mantenimiento de forma esporádica	El entorno se encuentra conservado, acciones de mejoramiento y de mantenimiento.	El entorno se encuentra sin alteraciones, no necesita mejoras, solo acciones de mantenimiento.
14	Facilidades turísticas	Comprende el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo.	Son escasas y se encuentran en mal estado	Cuenta con las facilidades básicas pero en mal estado	Cuenta con las facilidades básicas en un estado regular	Cuenta con todas las facilidades pero se encuentran en un estado regular	Cuenta con todas las facilidades y se encuentran en buen estado

Parámetros		Definición	Puntuación				
			1	2	3	4	5
15	Accesibilidad	Es el grado de facilidad que existe para poder llegar hasta el atractivo	Inaccesible, no existen caminos ni rutas definidas hacia el recurso	Poco accesible, Cuenta solo con caminos de herradura y de verano.	Medianamente accesible, caminos de verano y rutas poco definidas por agua.	Accesible, carreteras de lastre, y rutas bien definidas por agua.	Esa bastante accesible, tiene carreteras de asfalto, así como caminos y rutas bien definidas tanto terrestres como fluviales.
16	Nivel de control y vigilancia	Procedimientos preventivos que permiten que el recurso no sufra alteraciones.	No cuenta con control y vigilancia	Cuenta con procedimientos de control y vigilancia escasos y que no van acorde a las necesidades del recurso	Cuenta con pocos procedimientos de control y vigilancia , acorde a las necesidades del recurso	Cuenta con procedimientos de control y vigilancia mínimos y van acorde a las necesidades del recurso.	Cuenta con todos procedimientos óptimos de control y vigilancia , acorde a las necesidades y características del recurso

Parámetros		Definición	Puntuación				
			1	2	3	4	5
17	Frecuencia de monitoreo	El número de veces que es monitoreado el recurso.	Sin monitoreo	Insuficiente, no cumple satisface las necesidades que requiere el recurso	Regular, satisface las necesidades básicas de monitoreo que requiere el recurso	Suficiente, satisface la mayoría de las necesidades de monitoreo del recurso y está acorde al plan de manejo del área	Optimo, satisface todas las necesidades de monitoreo del recurso y del entorno, acorde al Plan de manejo del área
18	Infraestructura básica	Es el conjunto de servicios básicos que están considerados como necesarios para las personas y negocios a nivel turístico.	Las comunidades cercanas no cuenta con servicios básicos	Las comunidades cercanas cuentan con pocos servicios básicos y deficientes	Las comunidades cercanas cuentan con todos los servicios básicos pero deficientes.	Las comunidades cercanas cuentan con todos los servicios básicos pero medianamente funcionales	Las comunidades cercanas cuentan con todos los servicios básicos y eficientes.
19	Posicionamiento	Nivel de reconocimiento que tiene el atractivo en los distintos mercados	Local (Reconocido por la comunidad en donde se encuentra el recurso)	Cantonal (Reconocido a por todas las comunidades del Cantón)	Regional (Reconocido por todas las personas de la región y sus visitantes)	Nacional (Reconocimiento a nivel de todo el país y de sus visitantes)	Internacional (Reconocimiento por parte de los mercados internacionales como un recurso con alto potencial)

Anexo 7. Proformas de apoyo al estudio económico y financiero



Sghirla Herrería Diego Patricio
Protección Industrial
 TODO EN SEGURIDAD PARA EL TRABAJO
 DISTRIBUIDOR DE: FERRETERIA, CAMPING Y PESCA
 Rocafuerte 24-51 y Orozco **Telefax** : 2963017 - 2951408
 Riobamba - Ecuador

RUC: 0601547001000
PROFORMA

N° 001138

Riobamba, a 7 de Junio del 2016
 Cliente : MANCOMUNIDAD MIRADOR DE LOS VOLCANES
 Dirección: RIO BAMBRA
 RUC/CI: _____ Teléfono: 2624042

CANT.	DESCRIPCION	V. UNITARIO	V. TOTAL
5	CARPAS PARA 4 PERSONAS	150,00	600,00
10	SLEEPING	42,00	420,00
10	ASILLANTES	16,00	160,00
20	BASTONES PARA CAMINATA	20,00	400,00
10	PORCHOS DE AGUA	14,00	140,00
2	LINTERNAS DE MANO	8,00	16,00
400	BOTELLAS PLASTICAS PARA BICICLTA	3,00	1.200,00
800	AMARRAS	0,06	48,00
400	PANOLETAS PARA CICLISTA	7,00	2.800,00
		Sub Total	5.784,00
		Descuento	
		IVA Tarifa 14%	5.784,00
		Importe del IVA	809,76
		Total \$	6.593,76

Realizado por

Cliente

CASA COMERCIAL CAJAS

Líderes en tecnología de punta

Dir.: Riobamba, 1era constituyente 2720 y Pichincha RUC 0602183709 Tel: 032942415

PROFORMA # M02A589

Riobamba 24 de Mayo 2016

TELEFONO 2751792

Cliente: Mancomunidad Mirador de los Volcanes

RUC:

Dirección: Riobamba

Cantidad	DESCRIPCION	P.UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Cámara digital panasonic a prueba de agua soporta 7 metros bajo el agua caídas de 1.5 metros 16.1 mega pixels	300.00	398.00
1	Proyector Epson de 3000 lumenes	598.00	598.00
1	Disco duro Toshiba de 2 tb	149.00	149.00
1	Impresora Epson 375 tinta continua wifi	339.00	339.00
1	Computador portatil core i5 pantalla tactil y giratorio	898.00	898.00
1	Gps garmin modelo 62s	598.00	598.00
Sub Total			2.980.00
Descuento			
IVA 14%			2.980.00
IVA 0%			
Importe IVA			417.20
TOTAL			3.398.20

Ing. Juan Ignacio Cajas C.
GERENTE

Recibí Conforme

EROVER PC



TECNOLOGIA PARA TI

Dir: Av. 10 de Agosto y Juan Larrea
Teléfono: 2947118
RUC: 0604275594001

FECHA: 08/07/2016
CLIENTE: Sr. Paul Juarez
DIRECCION: Manuel Juarez

C.I. O RUC: _____
TELÉFONO: _____

ASESOR: _____

CANTIDAD	DETALLE	P.U.	TOTAL
	Tu boss. WINDOWS 8.1		
	PROCESADOR Intel Core i5. 2.7 GHz		
	MAINBOARD 1150 EN SOCKET 1600 EN BUSS SATA		
	TARJETA DE RED		
	TARJETA DE SONIDO		
	TARJETA DE VIDEO 1GB MB		
	DISCO DURO DE 2000 EXP.		
	MEMORIA RAM DDR3 8 EXP. 8 +6		
	DVD WRITER LECTOR Y QUEMADOR DE CD'S		
	LECTOR DE MEMORY CARD		
	CASE ATX 6 PUERTOS USB		
	MONITOR DE 19.5" LED LCD FLAT PANEL HD MI		
	IMPRESORA MULTIFUNCION		
	INCLUYE:		
	MOUSE OPTICO, TECLADO MULTIMEDIA, PARLANTES		
	REGULADOR COVERTOR,		
	OBSEQUIOS: CAMARA WEB, AUDIFONOS, PAD MOUSE		

3 AÑOS DE GARANTÍA

3 MANTE. GRATUITO EL 1ER AÑO

CREDITO DIRECTO SIN GARANTE

CONTADO

\$730

ENTRADA				
MESES				
CUOTAS				

REQUISITOS:

- * COPIA DE CEDULA ACTUALIZADA
- * MECANIZADO DEL IESS, RUC O PREDIO URBANO
- * DOS REFERENCIAS TELEFONICAS CONVENCIONALES DE FAMILIARES
- * COPIA DE PLANILLA DE AGUA, LUZ O TELEFONO



MUNDO DEL TROFEO
AV. MARCO AURELIO SUBIA, PUERTAS DEL HIERRO LOCAL 9 Y 10

PROF 596

CLIENTE: MANCOMUNIDAD MIRADOR DE LOS VOLCANES
DIRECCION: RIOBAMBA
RUC:
TELEFONO:

CODIGO	CANTIDAD	NOMBRE	P.UNITARIO	TOTAL
53-5230	9	53-5230 MED VICTORIA ANTORCHA SOMM ORO	1,0965	9,8685
53-5231	9	53-5231 MED VICTORIA ANTORCHA SOMM PLATA	1,0965	9,8685
53-5238	9	53-5238 MED VICTORIA ANTORCHA SOMM BRONCE	1,0965	9,8685

SUBTOTAL: 29,61
TOTAL_IVA: 4,14
TOTAL: 33,75

 **MUNDO DEL TROFEO**
FABRICANTES
AGENCIA RIOBAMBA
Colón 21-55 y 10 de Agosto
(03) 2967974
Riobamba - Ecuador

R.U.C.: _____ TEL.: _____

[illegible]

PROFORMA

EMPRESA Nombre: <u>Plastimas</u> Dirección: <u>5 Junio / 10 Agosto</u> Teléfono: <u>2942754</u> Mail: <u>plastimasribamba@yahoo.com</u>	CLIENTE Nombre: <u>Marcomunidad 'CPATU'</u> Dirección: <u>Ribamba</u> Teléfono: _____ Mail: _____
--	--

N° de Proforma: _____ Fecha: _____

Cant.	Concepto	Precio U.	Total
1	Olla Umco 26	16,40	16,40
1	Olla Umco 24	8,60	8,60
1	Paila Umco 3001	15,65	15,65
1	Cuchareta 1153	0,95	0,95
1	Cucharon 1143	1,10	1,10
2	Cuchillos 6 fileteado	1,85	3,70
1	Docena Cuchora Aluminio	4,50	4,50
		SUMA	43,77
		% IVA	7,13
		TOTAL	50,90

FORMA DE PAGO Contado





PROFORMA

000023

RUC: 0602985376001

LUGAR	DÍA	MES	AÑO
Rhba	07	07	2016

Sr. (es): Mancomunidad Mirador de los Volcanes

Dirección:

R.U.C. / C.I.:

Teléfono:

Guía Remisión:

CANT.	DESCRIPCION	V. UNIT	V. TOTAL
3000	Plegables A2 Full Color Dobradas en Cauda de 115gr. Brillante		325,00

Sub Total	925,00
-----------	--------

IVA Tarifa 0%

IVA Tarifa 12 %

Importe IVA

TOTAL USD

ENTREGUE CONFORME

RECIBÍ CONFORME

TOTAL USD	1079,50
-----------	---------



BURGOS CASTELO VICTOR MANUEL

PROFORMA

000025

Dirección: Veloz 26-14 y García Moreno
Telf.: 032 954 643 092 928 044
RIOBAMBA - ECUADOR

RUC: 0602985376001

LUGAR	DÍA	MES	AÑO
Rhba	08	07	2016

Sr. (es): Mancomunidad Mirador de los Volcanes

Dirección: Riobamba

R.U.C. / C.I.:

Teléfono:

Guía Remisión:

CANT.	DESCRIPCION	V. UNIT	V. TOTAL
2000	Sheetes A2 Full Color Papel Couché de 150gr.		430,00
2000	Volantes A5 Full Color Papel Couché de 115gr.		150,00
1	Página Web Autoadminis- trable. incluye Hosting y Dominio Propios x 1 Año		400,00

Sub Total 980,00

IVA Tarifa 0%

IVA Tarifa 12 %

Importe IVA 137,20

TOTAL USD 1117,20

ENTREGUE CONFORME

RECIBÍ CONFORME

PROFORMA

FECHA: 01 DE MARZO DE 2016
INSTITUCION: MANCOMUNIDAD MIRADOR DE LOS VOLCANES
DIRECCIÓN: Riobamba.
REPRESENTANTE: LIC. HUGO QUIROZ
TELEFONO: 03 2627062

CAPITULO I: BASUREROS

ITEM	RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
1.001	desbroce y limpieza	m2	3.00	\$ 1.04	\$ 3.12
1.002	excavacion a mano cimientos y plintos	m3	0.22	\$ 11.58	\$ 2.55
1.003	hormigon ciclopeo 40% piedra f'c=210 kg/cm2	m3	0.22	\$ 97.76	\$ 21.51
1.004	columnas de madera tratada 10x10 cm (provision y montaje)	m	7.88	\$ 6.83	\$ 53.82
1.005	tabla eucalipto 10x2cm en estructura de cubierta	m	6.90	\$ 2.53	\$ 17.46
1.006	tabla de eucalipto 10x1cm en cubierta	m	32.00	\$ 1.51	\$ 48.32
1.007	basurero cilindrico de acero inoxidable 2 mm (provision y montaje)	u	2.00	\$ 235.48	\$ 470.96
1.008	lacado 2 manos sellador-laca (incluye desinfectante)	m2	12.00	\$ 20.94	\$ 251.28
SUBTOTAL					\$ 869.02
TOTAL POR 7 UNIDADES					\$ 6,083.14

CAPITULO II: SOLEADO

ITEM	RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
2.001	desbroce y limpieza	m2	25	\$ 1.04	\$ 26.00
2.002	excavacion a mano cimientos y plintos	m3	1.75	\$ 11.58	\$ 20.27
2.003	hormigon ciclopeo 40% piedra f'c=210 kg/cm2	m3	0.07	\$ 97.76	\$ 6.84
2.004	revestimiento de piedra busardeada (mortero 1:3)	m2	2.6	\$ 51.57	\$ 134.08
2.005	contrapiso hormigon simple fc=180kg/cm2 e=0.08cm(inc.	m2	16	\$ 12.24	\$ 195.84

	piedra bola e=15cm)				
2.006	masillado y alisado de pisos	m2	16	\$ 6.48	\$ 103.68
2.007	columnas de madera tratada 10x10 cm (provision y montaje)	m	48	\$ 6.83	\$ 327.84
2.008	vigas de madera tratada 10x15 cm (provision y montaje)	m	25.3	\$ 7.14	\$ 180.64
2.009	vigas de madera tratada 7x15 cm (provision y montaje)	m	26.5	\$ 6.52	\$ 172.78
2.010	TABLA DE EUCALIPTO 15X1.5CM EN CUBIERTA	m	230.3	\$ 1.98	\$ 455.99
2.011	banca de madera inmunizada	U	2	\$ 62.50	\$ 125.00
2.012	lacado 2 manos sellador-laca (incluye desinfectante)	m2	120	\$ 20.94	\$ 2512.80
SUBTOTAL					\$ 4261.76
TOTAL POR 1 UNIDAD					\$ 4261.76

CAPITULO III: PASAMANOS (MODULO 3M)

ITEM	RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
3.001	desbroce y limpieza	m2	3	\$ 1.04	\$ 3.12
3.002	excavacion a mano cimientos y plintos	m3	0.06	\$ 11.58	\$ 0.69
3.003	hormigon ciclopeo 40% piedra f'c=210 kg/cm2	m3	0.06	\$ 97.76	\$ 5.87
3.004	columnas de madera tratada 10x10 cm (provision y montaje)	m	2.4	\$ 6.83	\$ 16.39
3.005	postes de madera D=7CM	M	12	\$ 2.29	\$ 27.48
3.006	lacado 2 manos sellador-laca (incluye desinfectante)	m2	4.32	\$ 20.94	\$ 90.46
SUBTOTAL					\$ 144.01
TOTAL POR 10 UNIDADES					\$ 1,440.10

CAPITULO IV: LETRERO ORIENTATIVO

ITEM	RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
4.001	desbroce y limpieza	m2	1	\$ 1.04	\$ 1.04
4.002	excavacion a mano cimientos y plintos	m3	0.04	\$ 11.58	\$ 0.46
4.003	hormigon ciclopeo 40% piedra f'c=210 kg/cm2	m3	0.04	\$ 97.76	\$ 3.91
4.004	columnas de madera tratada 10x10 cm (provision y montaje)	m	1.8	\$ 6.83	\$ 12.29
4.005	tablero de pino ensamblado e=2.5cm	m2	0.72	\$ 54.31	\$ 39.10

4.006	lacado 2 manos sellador-laca (incluye desinfectante)	m2	2.45	\$ 20.94	\$ 51.30
4.007	grabado a laser en madera	m2	0.36	\$ 31.25	\$ 11.25
SUBTOTAL					\$ 119.35
TOTAL POR 3 UNIDADES					\$ 358.05

CAPITULO V: PANEL INTERPRETATIVO

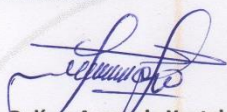
ITEM	RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
5.001	desbroce y limpieza	m2	3	\$ 1.04	\$ 3.12
5.002	excavacion de cimientos y plintos	m3	0.14	\$ 6.16	\$ 0.86
5.003	hormigon ciclopeo 40% piedra f'c=210 kg/cm2	m3	0.14	\$ 97.76	\$ 13.69
5.004	columnas de madera tratada 10x10 cm (provision y montaje)	m	6.3	\$ 6.83	\$ 43.03
5.005	tabla eucalipto 10x2cm en estructura de cubierta	m	4.6	\$ 2.53	\$ 11.64
5.006	tabla de eucalipto 10x1cm en cubierta	m	32	\$ 1.51	\$ 48.32
5.007	tablero de pino ensamblado e=2.5cm	m2	1	\$ 54.31	\$ 54.31
5.008	sujetadores de acero inoxidable	u	10	\$ 18.93	\$ 189.30
5.009	lacado 2 manos sellador-laca (incluye desinfectante)	m2	12.85	\$ 20.94	\$ 269.08
5.010	grabado a laser en madera	m2	1	\$ 31.25	\$ 31.25
SUBTOTAL					\$ 664.60
TOTAL POR 6 UNIDADES					\$ 3,987.60

PROFORMA TOTAL

ITEM	CAPITULO	UNIDADES	P. TOTAL
1	CAPITULO I: BASUREROS	7	\$ 6,083.14
2	CAPITULO II: SOLEADO	1	\$ 4261.76
3	CAPITULO III: PASAMANOS (MODULO 3M)	10	\$ 1,440.10
4	CAPITULO IV: LETRERO ORIENTATIVO	3	\$ 358.05
5	CAPITULO V: PANEL INTERPRETATIVO	6	\$ 3,987.60
SUB TOTAL			\$ 16,130.65
IVA 12%			\$ 1,935.68
TOTAL			\$ 18,066.33

Son: Dieciocho mil sesenta y seis con 33/100 dólares

Atentamente:



CONSTRUCTORES INMOBILIARIOS
CINAYTCORP
Cia. Ltda.

Ing. Bolívar Armando Yantalema
REPRESENTANTE CINAYTCORP CIA. LTDA.
RUC: 0691738655001

CATEGORÍAS OCUPACIONALES	SUELDO UNIFICADO	DÉCIMO TERCER	DÉCIMO CUARTO	TRANS- PORTE	APORTE PATRONAL	FONDO RESERVA	TOTAL ANUAL	JORNAL REAL	COSTO HORARIO
REMUNERACIÓN BÁSICA UNIFICADA MÍNIMA	366,00								
CONSTRUCCIÓN Y SERVICIOS TÉCNICOS Y ARQUITECTÓNICOS									
ESTRUCTURA OCUPACIONAL E2									
Peón	376,07	376,07	366,00		548,31	376,07	6 179,29	26,07	3,26
ESTRUCTURA OCUPACIONAL D2									
Albatal	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
Operador de equipo liviano	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
Pintor	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
Pintor de exteriores	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
Pintor empapelador	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
Fiertero	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
Carpintero	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
Encofrador	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
Carpintero de ribera	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
Plomero	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
Electricista	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
Instalador de revestimiento en general	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
Ayudante de perforador	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
Cadenero	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
Mampostero	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
Enlucidor	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
Vigilante	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
Técnico liniero eléctrico	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
Técnico en montaje de subestaciones	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
Técnico electromecánico de construcción	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
Obrero especializado en la elaboración de prefabricados de hormigón	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
Parqueteros y colocadores de pisos	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
ESTRUCTURA OCUPACIONAL C1									
Maestro eléctrico/liniero/subestación	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Maestro mayor en ejecución de obras civiles	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
ESTRUCTURA OCUPACIONAL C2									
Operador de planta de hormigón	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Perforador	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Perfilero	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Técnico albañilería	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Técnico obras civiles	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
ESTRUCTURA OCUPACIONAL D2									
Plomero	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
ESTRUCTURA OCUPACIONAL B3									
Inspector de obra	425,48	425,48	366,00		620,35	425,48	6 943,07	29,30	3,66
Supervisor eléctrico / sanitario general	425,48	425,48	366,00		620,35	425,48	6 943,07	29,30	3,66
ESTRUCTURA OCUPACIONAL B1									
Ingeniero Eléctrico / Sanitario	426,58	426,58	366,00		621,95	426,58	6 960,07	29,37	3,67
Residente de Obra	426,58	426,58	366,00		621,95	426,58	6 960,07	29,37	3,67
LABORATORIO									
Laboratorista 2: experiencia mayor de 7 años(Estr. Oc. C1)	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
TOPOGRAFÍA									
Topógrafo 2: título exper. mayor a 5 años(Estr. Oc. C1)	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
DIBUJANTES									
Dibujante (Estr. Oc. C2)	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
OPERADORES Y MECANICOS DE EQUIPO PESADO Y CAMINERO DE EXCAVACION, CONSTRUCCION, INDUSTRIA Y OTRAS SIMILARES									
ESTRUCTURA OCUPACIONAL C1 (GRUPO D)									
Motorizadora	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Excavadora	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Grúa puente de elevación	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Pala de castillo	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Grúa estacionaria	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Draga/Drápline	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Tractor carriles o ruedas (bulldozer, topador, roturador, malacate, tralla)	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Tractor tiende tubos (side bone)	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Motortralla	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Cargadora frontal (Payloader sobre ruedas u orugas)	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Retroexcavadora	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Auto-tren cama baja (trayler)	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Precadora de pavimento asfáltico / Rotomil	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Recicladora de pavimento asfáltico / Rotomil	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Planta de emisión asfáltica	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Máquina para sellos asfálticos	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Squidder	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Operador de Camión articulado con volteo	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Operador de Camión mezclador para micropavimentos	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Operador de camión cisterna para cemento y asfalto	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Operador de perforadora de brazos múltiples (jumbo)	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Operador máquina tuneladora (topo)	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Operador de concretera rodante	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Operador de máquina extendidora de adoquín	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Operador de máquina zanjadora	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66

Nota: El listado corresponde exclusivamente a las estructuras ocupacionales que constan en la publicación de los salarios de las Comisiones Sectoriales del Ministerio del Trabajo en los Acuerdos MDT- 2015 - 0291 y 0292, de 21 y 23 de diciembre de 2015, respectivamente; que están en vigencia a partir del 1 de enero de 2016.

CATEGORIAS OCUPACIONALES	SUELDO UNIFICADO	DIECIMO TERCER	DIECIMO CUARTO	TRANS- PORTE	APORTE PATRONAL	FONDO RESERVA	TOTAL ANUAL	JORNAL REAL	COSTO HORARIO
ESTRUCTURA OCUPACIONAL C2 (GRUPO II)									
Operador responsable de la planta hormigonera	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Operador responsable de la planta trituradora	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Operador responsable de la planta asfáltica	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Operador de track drill	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Rodillo autopropulsado	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Distribuidor de asfalto	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Distribuidor de agregados	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Acabadora de pavimento de hormigón	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Acabadora de pavimento asfáltico	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Grúa elevadora	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Canastilla elevadora	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Bomba lanzadora de concreto	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Tractor de ruedas (barredora, cepadora, rodillo remolcado, tranjeadora)	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Caldero planta asfáltica	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Barredora autopropulsada	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Martillo punzon neumático	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Compresor	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Camión de carga frontal	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Operador canguro	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Operador de camión de volteo con o sin articulación / Rotomil	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Operador minicavadora/minicargadora con sus aditamentos	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Operador termo formado	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Técnico en computero	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Técnico en mantenimiento de viviendas y edificios	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
ESTRUCTURA OCUPACIONAL C3									
Operador máquina estacionaria clasificadora de material	386,97	386,97	366,00		564,20	386,97	6 347,78	26,78	3,35
MECANICOS									
Mecánico de equipo pesado caminero (Estr. Oc. C1)	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Mecánico de equipo liviano (Estr. Oc. C3)	386,97	386,97	366,00		564,20	386,97	6 347,78	26,78	3,35
SIN TITULO									
Engrasador o abastecedor responsable (Estr. Oc. D2)	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
CHOFERES PROFESIONALES									
CHOFER: De vehículos de emergencia (Estr. Oc. C1)	563,41	563,41	366,00		821,45	563,41	9 075,19	38,29	4,79
CHOFER: Para camiones pesados y extra pesados con o sin remolque de más de 4 toneladas (Estr. Oc. C1)	563,41	563,41	366,00		821,45	563,41	9 075,19	38,29	4,79
CHOFER: Trailer (Estr. Oc. C1)	563,41	563,41	366,00		821,45	563,41	9 075,19	38,29	4,79
CHOFER: Volquetas (Estr. Oc. C1)	563,41	563,41	366,00		821,45	563,41	9 075,19	38,29	4,79
CHOFER: Tanqueros (Estr. Oc. C1)	563,41	563,41	366,00		821,45	563,41	9 075,19	38,29	4,79
CHOFER: Plataformas (Estr. Oc. C1)	563,41	563,41	366,00		821,45	563,41	9 075,19	38,29	4,79
CHOFER: Otros camiones (Estr. Oc. C1)	563,41	563,41	366,00		821,45	563,41	9 075,19	38,29	4,79
CHOFER: Para ferrocarriles (Estr. Oc. C1)	563,41	563,41	366,00		821,45	563,41	9 075,19	38,29	4,79
CHOFER: Para auto ferros (Estr. Oc. C1)	563,41	563,41	366,00		821,45	563,41	9 075,19	38,29	4,79
CHOFER: Camiones para transportar mercancías o sustancias peligrosas y otros vehículos especiales (Estr. Oc. C1)	563,41	563,41	366,00		821,45	563,41	9 075,19	38,29	4,79
CHOFER: Para transporte Escolares- Personal y turismo, hasta 45 pasajeros (Estr. Oc. C2)	557,50	557,50	366,00		812,84	557,50	8 983,84	37,91	4,74
CHOFER: Para camiones sin acoplados (Estr. Oc. C3)	544,37	544,37	366,00		793,69	544,37	8 780,87	37,05	4,63
ESTRUCTURA OCUPACIONAL C1 OPERADORES									
Operador de bomba	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Equipo en general	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Equipo móviles	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Maquinaria	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Molino de amianto	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
Planta dosificadora	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
De productos terminados	424,75	424,75	366,00		619,29	424,75	6 931,79	29,25	3,66
ESTRUCTURA OCUPACIONAL C2									
Operador de bomba impulsadora de hormigón	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Equipos móviles de planta	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Molino de amianto	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Planta dosificadora de hormigón	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
Productos terminados	403,15	403,15	366,00		587,79	403,15	6 597,89	27,84	3,48
ESTRUCTURA OCUPACIONAL D2									
Preparador de mezcla de materias primas	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
Tubero	380,97	380,97	366,00		555,45	380,97	6 255,03	26,39	3,30
ESTRUCTURA OCUPACIONAL E2									
Resanador en general	376,07	376,07	366,00		548,31	376,07	6 179,29	26,07	3,26
Tinero de pasta de amianto	376,07	376,07	366,00		548,31	376,07	6 179,29	26,07	3,26

Nota: El listado corresponde exclusivamente a las estructuras ocupacionales que constan en la publicación de los salarios de las Comisiones Sectoriales del Ministerio del Trabajo en los Acuerdos MDT- 0291 y 0292, de 21 y 23 de diciembre de 2015, respectivamente; que están en vigencia a partir del 1 de enero de 2016.